

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza konkurenceschopnosti cestovní kanceláře

Analysis of the Competitiveness of Travel Agency

Student: Bc. Lucie Chmelová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Martina Steinová, Ph.D.

Ostrava 2010

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra marketingu a obchodu

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Lucie Chmelová**
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T062 Marketing a obchod
Téma: **Analýza konkurenceschopnosti cestovní kanceláře**
Analysis of the Competitiveness of Travel Agency

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska analýzy konkurence
 3. Charakteristika cestovní kanceláře EXIM TOURS, a.s.
 4. Metodika sběru dat
 5. Analýza konkurenceschopnosti cestovní kanceláře
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

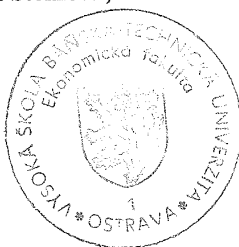
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.
- MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku: konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 198 s. ISBN 80-247-1277-6.
- TOMEK, G.; VÁVROVÁ, V. *Jak zvýšit konkurenční schopnost firmy*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009. 240 s. ISBN 978-80-7400-098-0.

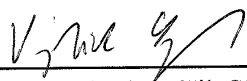
Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

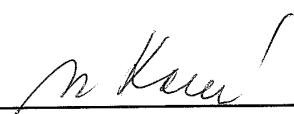
Vedoucí diplomové práce: **Ing. Martina Steinová, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2009

Datum odevzdání: 30.04.2010




doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„ Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně. Přílohy F, G, I dané mi k dispozici, jsem samostatně doplnila.“

V Ostravě dne 30.4.2010

.....

Děkuji tímto Ing. Martině Steinové, Ph.D. za veškeré užitečné rady a čas, který mi poskytla v průběhu vypracovávání diplomové práce. Děkuji také cestovní kanceláři EXIM TOURS za spolupráci.

1.	ÚVOD	1
2.	TEORETICKÉ VÝCHODISKA ANALÝZY KONKURENCE.....	3
2.1	TRH CESTOVNÍHO RUCHU.....	3
2.1.1	<i>Nabídka v cestovním ruchu</i>	4
2.1.2	<i>Poptávka v cestovním ruchu</i>	5
2.2	PODSTATA MARKETINGU V CESTOVNÍM RUCHU.....	6
2.2.1	<i>Vlastnosti služeb</i>	7
2.2.2	<i>Segmentace na trhu cestovního ruchu</i>	8
2.3	MARKETINGOVÝ MIX.....	9
2.3.1	<i>Produkt</i>	9
2.3.2	<i>Cena</i>	10
2.3.3	<i>Místo</i>	11
2.3.4	<i>Propagace</i>	11
2.3.5	<i>Balíčky služeb</i>	12
2.3.6	<i>Programování</i>	12
2.3.7	<i>Lidé</i>	12
2.3.8	<i>Spolupráce</i>	13
2.4	KONKURENCE.....	13
2.4.1	<i>Konkurence a konkurenční výhody v cestovním ruchu</i>	14
2.5	VYBRANÉ METODY ANALÝZY KONKURENCE A KONKURENCESCHOPNOSTI.....	15
2.5.1	<i>SWOT analýza</i>	16
2.5.2	<i>Poziční mapa</i>	17
2.5.3	<i>Metoda 5 Porterových konkurenčních sil</i>	18
2.5.4	<i>Pollakův model</i>	19
2.5.5	<i>Vybrané finanční ukazatele</i>	20
2.5.6	<i>Poměrové ukazatele</i>	21
3.	CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍ KANCELÁŘE EXIM TOURS, A.S.....	23
3.1	NABÍDKA ZÁJEZDŮ	24
3.2	DOPROVODNÉ SLUŽBY	25
3.3	POSKYTOVANÉ SLEVY	27
3.4	KONKURENTI NA TRHU CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A AGENTUR	28
4.	METODIKA SBĚRU DAT	30
4.1	PŘÍPRAVNÁ FÁZE	30

4.2	REALIZAČNÍ FÁZE	31
4.3	SLOŽENÍ VÝBĚROVÉHO SOUBORU	32
5.	ANALÝZA KONKURENCESCHOPNOSTI CESTOVNÍ KANCELÁŘE	34
5.1	SWOT ANALÝZA	34
5.2	METODA 5 PORTEROVÝCH KONKURENČNÍCH SIL	35
5.3	POLLAKŮV MODEL	36
	<i>První oblast - finanční analýza</i>	37
	<i>Druhá oblast - spokojenost</i>	38
	<i>Třetí oblast – dostupnost</i>	38
	<i>Čtvrtá oblast - zákazníci</i>	38
	<i>Pátá oblast - doprovodné služby</i>	39
5.4	POZIČNÍ MAPY CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ	41
5.5	FINANČNÍ ANALÝZA	44
5.6	VYHODNOCENÍ ZREALIZOVANÉHO VÝZKUMU	48
5.6.1	<i>Využívání služeb cestovních kanceláří</i>	48
5.6.2	<i>Preference u cestovních kanceláří</i>	50
5.6.3	<i>Známost cestovní kanceláře EXIM TOURS</i>	52
6.	NÁVRHY A DOPORUČENÍ	54
7.	ZÁVĚR	57
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	59
	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	
	SEZNAM PŘÍLOH	

1. Úvod

V současné době se na trhu objevuje rostoucí počet nově vzniklých společností, tedy potenciálních konkurentů. Ovšem, ne všechny, na trhu obstojí konkurenčním tlakům, a později jejich životaschopnost upadá. Tento fakt je zapříčiněn nízkou konkurenceschopností společností a nevědomostí jak čelit možným nástrahám na trhu. Všechny společnosti bojují o stejné cíle. Těmi jsou zákazníci, vysoké zisky a vybudování silné tržní pozice. Aby tyto cíle byly naplněny, využívají společnosti svých konkurenčních výhod, kterými se odlišují od ostatních. Tyto výhody se týkají zejména marketingové mixu.

Tržní postavení a chování konkurenčních společností by měla každá společnost pravidelně sledovat. Metody a modely sloužící k zanalyzování konkurenceschopnosti, mohou dopomoci k odhalení silných i slabých stránek společnosti. Výsledky také umožní rozeznat konkurenční výhody.

Diplomovou práci jsem se rozhodla zaměřit na již zmíněné téma týkající se konkurenceschopnosti. Konkrétně jsem si pro oblast zkoumání zvolila cestovní kancelář EXIM TOURS, která vyniká před ostatními především svou pestrnou nabídkou zájezdů směřovanou i do vzdálenějších destinací. Na trhu cestovního ruchu působí již od roku 1993. Za tuto dobu v odvětví cestovního ruchu, narostl počet cestovních kanceláří bojující o své pozice a stálou klientelu. Dle posledních údajů působí v České republice na 950 cestovních kanceláří. Avšak každým rokem se můžeme dočíst nebo doslechnout o další zkrachovalé či zaniklé cestovní kanceláři anebo cestovní agentuře. Naposledy se jednalo o cestovní kanceláře Tomi Tour či Sunny Days. Sunny Days má nyní formu cestovní agentury, z důvodu neprodloužení pojistné smlouvy. Tyto skutečnosti mě zaujaly natolik, až jsem se rozhodla tuto problematiku řešit. Dalším důvodem ke zvolení tohoto tématu, byla zvědavost, zda cestovní kancelář nabízí svým klientům to nejlepší, a jak jsou s touto společností a jejími jednotlivými prvky, týkající se služeb, klienti spokojeni.

Cílem mé diplomové práce je zjistit, jaké má cestovní kancelář EXIM TOURS postavení na trhu v porovnání s konkurencí a v čem tkví její konkurenční výhody. Aby cestovní kancelář EXIM TOURS nemohla být ohrožena konkurenčními společnostmi, budu se taktéž snažit o nalezení jejich slabých stránek. K dosažení těchto cílů využiji vybrané metody a modely sloužící k objasnění této problematiky. Mimo jiné provedu marketingový

výzkum prostřednictvím dotazníkového šetření. Získané výsledky mi dopomohou k navrhnutí vhodných doporučení a návrhů, které mohou vést ke zlepšení situace na trhu a ke zvýšení tržní síly cestovní kanceláře EXIM TOURS.

2. Teoretické východiska analýzy konkurence

Tato kapitola je zaměřena na poznatky týkající se cestovního ruchu, konkurence a metod sloužící k analýze konkurenceschopnosti. Veškeré metody uvedené v této části následně aplikuji v praktické části této diplomové práce.

2.1 Trh cestovního ruchu

„Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce.“ [7, str.18]

Odvětví cestovního ruchu je důležitou složkou ekonomiky každého státu. V České republice se podílí 3% na HDP. Dopomáhá také ke snižování nezaměstnanosti nabízením nových pracovních míst. Samotné účastníky cestovního ruchu obohacuje o odpočinek, zážitky, dobrodružství, ale také o vzdělání.

Mezi hlavní subjekty realizující cestovní ruch se řadí cestovní kanceláře a cestovní agentury, jejichž činnost se řídí zákonem č. 159/1990 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu.

Hlavní odlišnost mezi cestovní kanceláří a agenturou spočívá v typu živnosti. Cestovní kancelář provozuje svou živnost na základě koncesní listiny a mezi její hlavní činnosti patří organizování a prodávání zájezdů. Na rozdíl od cestovní agentury, cestovní kancelář nese plnou odpovědnost za případné problémy.

Cestovní agentura se řadí mezi živnosti vázané, které se soustřeďují na zprostředkování prodeje zájezdů. Společným prvkem obou těchto subjektů, je vystupování na trhu v rolích prostředníků, tzn. nakupují produkty a služby od producenta (doprava, stravování, ubytování, atd.), které dále nabízejí konečným zákazníkům. [7]

Lidé využívají služeb cestovních kanceláří a agentur, proto aby uspokojili své potřeby plynoucí z pocíťování nedostatku určité věci. Je to rozdíl mezi tím co daná osoba má a tím, co by chtěla mít. Potřeba se stává efektivní poptávkou, pokud jsou osoby ochotny platit za dané služby a produkty. [8]

„Potřeby v odvětví cestovního ruchu jsou členěny do dvou okruhů:

- *Prvotní (primární, cílené) potřeby – zprostředkování styku s přírodou, kulturní a sportovní vyžití:*
 - *potřeba odpočinku, klidu, relaxace, obnovy psychických a fyzických sil,*
 - *potřeba změny prostředí,*
 - *potřeba kulturního vyžití,*
 - *potřeba sportování,*
 - *potřeba léčení,*
 - *potřeba vzdělávání,*
 - *potřeba změny životního stylu a společenských konvencí,*
 - *potřeba komunikace a společenského kontaktu,*
 - *potřeba poznávání,*
 - *potřeba nevšedních zážitků.*
- *Druhotné (sekundární, realizační) potřeby – umožňující realizování služeb uspokojující prvotní potřeby – doprava, ubytování, stravování hygiena, řemeslné služby a zábava.“ [7, str. 48]*

Jednotlivé potřeby jsou uspokojovány na trhu, který je charakterizován jako prostor, kde dochází ke střetu nabídky s poptávkou. Subjekty vystupujícími na tomto trhu jsou kupující, prodávající a mezičlánky. Kupujícími se chápou zákazníci cestovního trhu, často jsou nazýváni účastníky cestovního ruchu. Proávajícími jsou vlastníci dopravních, ubytovacích, stravovacích a dalších služeb spadajících do tohoto odvětví. Do mezičlánků patří cestovní kanceláře a agentury. [7]

2.1.1 Nabídka v cestovním ruchu

Cestovní ruch je více než jiná odvětví určován nabídkou. Nabídkou se v cestovním ruchu rozumí veškeré produkty a služby zahrnující ubytování, stravování, dopravu, informační služby, služby průvodců, pobytových delegátů atd. Všechny tyto služby se vyznačují společnou vlastností, a to že působí přímo na konkrétní osobu – účastníka cestovního ruchu.

Každý poskytovatel těchto služeb se snaží o to, aby měl svou nabídku odlišnou od konkurence a aby zaujal, co nejvíce potenciálních klientů. Nabídka se tvoří na základě poznání potřeb a požadavků ze strany poptávajících klientů. Všechny produkty a služby by měly být poskytovány v takové formě a kvalitě, aby s nimi byl případný klient spokojen a předával kladné reference svým přátelům, rodině a známým.

Celkovou nabídku ovlivňuje v cestovním ruchu také atraktivita daného pobytového místa. Ta je určována přírodními a kulturními atraktivitami příslušného místa. Mezi přírodní atraktivity náleží povrch, vodstvo, flóra a fauna, do kulturních se řadí architektonické památky, muzea, technické památky, archeologické naleziště atd. Záleží také na samotné povaze účastníka cestovního ruchu, každá osoba má jiné požadavky a nároky, pro někoho může být dostatek v místě pobytu lákavější, pro ostatní však nikoliv. [3]

2.1.2 Poptávka v cestovním ruchu

Poptávka je na trhu cestovního ruchu zastoupena zákazníky a klienty. V tomto odvětví je poptávka značně kolísavá, což je zapříčiněno změnami v trendech, počasí, měnových kurzech, ale také finančními možnostmi potenciálních zákazníků. V současné době je možné sledovat stoupající zájem o pobyty s relaxační náplní, do vzdálenějších míst a o tzv. prodloužené víkendy.

Poptávka v cestovním ruchu je charakterizována komplexností a sezónností.

„Sezónnost je dána přírodními, klimatickými podmínkami, legislativními, administrativními úpravami, které se týkají volného času (prázdniny, svátky, celozávodní dovolené), zpřístupněním některých atraktivit v určitém čase (zámky a hrady, horská údolí, bezplatný vstup v některých dnech /muzea, galerie/ apod.).“ [7, str. 49]

„Poptávka v cestovním ruchu je mnohohrstvovou kategorií a může mít různou podobu, například:

- *agregátní poptávky – poptávka všech účastníků cestovního ruchu v daném prostoru a čase,*
- *individuální poptávky – poptávka jednoho individuálního účastníka cestovního ruchu nebo poptávka po produkci jednoho tvůrce produktu,*
- *dílčí poptávky – poptávka po jedné službě,*
- *koupěschopné poptávky – poptávka podložená koupěschopností,*

- *destinační poptávky.*“ [7, str. 50]

2.2 Podstata marketingu v cestovním ruchu

Hlavním úkolem marketingu v cestovním ruchu, tak jako na každém trhu, je uspokojení potřeb a přání zákazníků. Záleží také na tom, jak budou tyto potřeby uspokojeny, v jaké kvalitě. Pokud budou zákazníci s produkty a službami spokojeni, budou s tímto zprostředkovatelem udržovat vztahy nadále. Pro samotný subjekt – cestovní kancelář, cestovní agenturu, to znamená vyšší výnosy a zisky, stoupající počet klientů, ale také lepší postavení na trhu vzhledem ke konkurenci. [3]

Na veškeré subjekty působí řada vlivů ovlivňující samotné postavení na trhu, schopnost konkurovat jiným subjektům, ale také míru uspokojení potřeb zákazníků. Mezi tyto vlivy náleží **vnitřní prostředí** a **vnější prostředí** podniku, které se dále člení na mikroprostředí a makroprostředí.

Vnitřní vlivy představují zejména zdroje týkající se personálu, kapitálu, vybavení podniku, technického rozvoje, výzkumného oddělení aj. Veškeré tyto zmíněné faktory vytváří image subjektu, tudíž jak je vnímán trhem. Další vlastností těchto faktorů je vzácnost, neboť představují určitou konkurenční výhodu. Mají na rozdíl od vnějších vlivů výhodu v tom, že mohou být ovlivňovány a řízeny vedením společnosti.

Činitele vnějšího prostředí, které ohrožují samotný chod společností a narušují jejich chod, řadíme do mikroprostředí. Zde se řadí distribuční společnosti, zákaznické trhy, veřejnost a konkurence. [7]

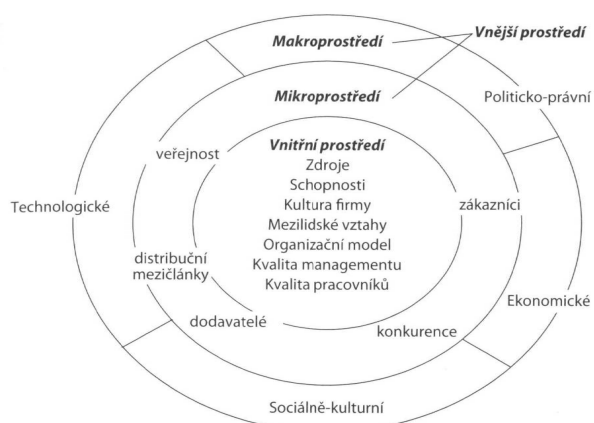
Zvýšenou pozornost by měl mít podnik také v neustále se vyvíjejícím makroprostředí. Neustálými změnami v tomto prostředí je pozměňován kompletně celý trh a vznikají tak nové trendy a tržní příležitosti, kterých by se dalo využít v prospěch vybrané společnosti. Proto musí společnost tyto činitele sledovat, aby na ně mohl včas a správně zareagovat.

Mezi nejpoužívanější metody k rozboru makroprostředí, slouží tzv. PEST analýza, zahrnující politicko-legislativní, ekonomické, sociálně a technologické faktory, které mohou ovlivnit podnikání a rozvoj podniku. Do sociálních faktorů se zahrnují rovněž kulturní a demografické faktory. Někdy se k analýze prostředí využívá rovněž model SLEPT, který

je složen z prvků skládající se ze sociálního, právního, ekonomického, politického a technologického prostředí.

Důležitou součástí podniku je marketingový informační systém poskytující informace z vnitřního prostředí a informace týkající se zákazníka, které jsou důležité pro následné efektivnější plánování a řízení veškerých aktivit.

Obr. 2.1 Prostředí firmy



Zdroj: JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN: 978-80-247-3247-3

2.2.1 Vlastnosti služeb

Hlavním rozdílem oproti klasickému marketingu spočívá v tom, s jakou nabídkou vstupují jmenované disciplíny na trh. Klasický marketing nabízí svým potenciálním zákazníkům produkty. Marketing cestovního ruchu nabízí navíc i služby, které jsou specifické svou **nehmotností, proměnlivostí, pomíjivostí, vázaností a absencí vlastnictví**. [9]

Nehmotnost patří mezi nejtypičtější rys služeb. Zákazník při koupi zvolenou službu nevidí a spoléhá se pouze na reference získané od prodejce, známých, rodiny či z reklamy. I tak má zákazník ztíženo rozhodování, které je navíc podpořeno konkurenčními nabídkami. Společnosti se snaží tyto pochybnosti ze strany zákazníka zmírnit využitím svého dobrého image a aplikací reklamy, podpory prodeje, osobního prodeje, přímého marketingu anebo public relations. [8]

Proměnlivost služby závisí také na kvalitě poskytované služby, neboť zákazníci vyžadují služby v uvedené kvalitě. Nevýhodou u služeb je nemožnost zkontrolování služby před poskytnutím, což může způsobit odlišnou kvalitu stejné služby. Např. v hotelu bude více

kuchařů a každý z nich může připravit jídlo jiným způsobem, které bude chutnat rozdílně. To je také důvodem, proč nelze služby patentovat. [8]

Pomíjivost služeb charakterizuje vlastnosti vystihující jejich neskladnost, neuchovatelnost, ale také to, že se nedají znova prodat a užít. V praxi znamená neobsazené sedadlo pro cestovní kancelář ušlý zisk, neboť se nedá do budoucna zachovat pro dalšího cestujícího.

Vázanost se chápe neodlučitelnost mezi produkcí a poskytnutím služby. Služba je poskytována zásadně v přítomnosti klienta, tudíž je zákazník přítomen i během samotné produkce. Zákazník je tedy spoluproducentem služby, neboť se musí vyskytovat ve stejný čas a na stejném místě jako producent, aby mohlo dojít k zrealizování dané služby.

Absence vlastnictví je spojena s předchozími vlastnostmi služeb, a to s nehmotností a pomíjivostí. Při nákupu služby získává zákazník pouze právo k využití vybrané služby, nezískává žádné vlastnictví.

2.2.2 Segmentace na trhu cestovního ruchu

Na každém trhu, tak i na trhu cestovního ruchu, se zákazníci dají začlenit do jednotlivých skupin, na které se musí dbát zřetel, aby byly potřeby každého zákazníka uspokojeny. K vytvoření těchto skupin slouží segmentace, sloužící k poznání svých zákazníků. Jednotlivé skupiny zákazníků se odlišují svými potřebami, přáními a reakcemi na marketingové aktivity.

K segmentaci zákazníků lze využít určité kritéria jako např. demografická, geografická, psychografická, behaviorální, dle nákupních příležitostí, dle očekávaného užitku, dle frekvence užitku aj. Příkladem demografické segmentace dle věku, je preference dobrodružství ze strany mladší klientely. Starší lidé naopak vyhledávají relaxaci.[7]

V cestovním ruchu se využívá segmentace na základě klasifikace JICNARS, která je používána především ve Velké Británii. Pro segmentaci využívá socioekonomické údaje – příjmy, povolání, vzdělání a společenskou třídu, k zjištění jak se na cestovním ruchu podílejí jednotlivé segmenty, dle zmíněných ukazatelů. Pomocí této metody se snaží subjekty vytvářet žádané produkty a služby, pro uspokojení potřeb jednotlivých skupin. [6]

Obr. 2.2 Klasifikace JICNARS

Společenský stupeň	Společenské postavení	Povolání hlavy domácnosti	Přibližný podíl rodin (%)
A	Vyšší střední třída	Vyšší manažerské, administrativní nebo odborné s akademickým vzděláním	3
B	Střední třída	Střední manažerské, administrativní nebo odborné	10
C1	Nižší střední třída	Mistrovské nebo úřednické, nižší manažerské, administrativní nebo odborné	24
C2	Kvalifikovaná pracující třída	Kvalifikovaní dělníci	30
D	Pracující třída	Částečně kvalifikovaní a nekvalifikovaní dělníci	25
E	Střední třída	Lidé na nejnižší existenční úrovni bez dalších příjmů, příležitostní pracovníci nejnižšího stupně, státní důchodci nebo vdovy	8

A Vyšší střední třída: Hlava domácnosti je úspěšný podnikatel nebo vysokoškolsky vzdělaný odborník, vyšší státní úředník nebo má značné soukromé prostředky. Mladí lidé v některých z těchto povolání, kteří se ještě úplně neusadili, mohou zatím spadat do stupně B, ačkoli by nakonec měli dosáhnout stupně A. Na venkově nebo v příměstských oblastech A obvykle bydlí ve velkých stranou stojících domech nebo v drahých bytech nebo v městských domech v lepších částech města.

B Střední třída: Obecně jsou hlavy domácností z třídy B lidé ve vyšším postavení, ale nikoli ve skutečné špičce svého oboru nebo podniku. Jsou docela dobře hmotně zajištěni, ale jejich životní styl je spíše úctyhodný a prostý než okázalý a luxusní...ti, kteří nejsou výdělečně činní, žijí ze soukromých penzí nebo z poměrně skromných soukromých prostředků.

C1 Nižší střední třída: Tvoří ji rodiny malých obchodníků a fyzicky nepracujících zaměstnanců, kteří provádějí méně významné administrativní, vedoucí a úřednické práce, tj. takzvané „bílé límečky“.

C2 Kvalifikovaná pracující třída: Jde převážně o kvalifikované dělníky, vyučení ve svém oboru, a jejich rodiny.

D Pracující třída: Skládá se z dělníků částečně kvalifikovaných a nekvalifikovaných.

E Lidé na nejnižší existenční úrovni: Patří k nim staří penzisté, vdovy a jejich rodiny, dále ti, kdo jsou díky nemoci nebo nezaměstnanosti závislí na sociální záchranné síti, nebo lidé s velmi malými soukromými prostředky.

Zdroj: HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času – Aplikovaný marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN: 80-247-0202-9

2.3 Marketingový mix

„Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, kterých firma využívá k tomu, aby dosáhla marketingových cílů na cílovém trhu.“ [7, str.182]

V odvětví cestovního ruchu se využívá na rozdíl od ostatních služeb, 8 nástrojů marketingového mixu. Patří mezi ně produkt, cena, místo, propagace, balíčky služeb, programování, lidé a spolupráce. Všechny nástroje, které se firma rozhodne využívat, by měly být vyrovnané a rovněž by měly odpovídat finančním možnostem firmy.

2.3.1 Produkt

Produkt patří v cestovním ruchu mezi hlavní prvek marketingového mixu. Pomocí tohoto prvku zákazníci uspokojují své potřeby, neboť produkt jim přináší užitek, který hledají.

„Produkt je cokoli, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě, a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky. [6, str.154]

Na základě Kotlera rozeznáváme tři roviny produktu, a to:

- **základní produkt**, který je charakterizován užitnou hodnotou sloužící k uspokojení zákaznickovy potřeby. V případě zájezdu to bude potřeba načerpat nové síly,
- **reálný produkt** vytvořen za pomoci marketingového oddělení jakékoli společnosti, která přeměňuje základní produkt na produkt reálný. Oproti předchozímu, zahrnuje navíc obchodní značku, kvalitu, styl, provedení, charakteristické prvky a obal daného produktu. Těmito prvky se stává pro zákazníka zřetelnějším,
- **rozšířený produkt** poskytující zákazníkovi veškeré služby, které s nimi souvisí. V cestovním ruchu se to může týkat například zapůjčení lehátek na pláži. [6]

Správné uvedení produktu na trhu vychází z odlišení produktu od konkurenčních subjektů v cestovním ruchu. Jedná se především o uvedení ve správný čas na trh a o aktualizaci produktů dle potřeb zákazníka. [3]

2.3.2 Cena

Subjekty podnikající v oblasti cestovního ruchu využívají ke stanovení cen různé metody, které se dělí do tří skupin:

- stanovení cen dle nákladů,
- stanovení cen dle poptávky,
- stanovení cen dle konkurence.

Stanovení cen dle nákladů

Při této metodě se vychází z výrobní neboli nákladové ceny, ke které si každý subjekt připočítává, dle svého uvážení marži. Tato metoda patří mezi nejjednodušší a nejčastěji využívanou.

Stanovení cen dle poptávky

Stanovení cen dle poptávky odráží vývoj poptávky na trhu, čemuž společnost přizpůsobuje cenu produktů a služeb. Pokud má poptávka rostoucí trend, ceny se zvyšují, v opačném případě se ceny upravují na nižší hodnoty. U cestovních kanceláří a agentur lze sledovat vývoj cen dle období. V sezóně jsou vyšší ceny, než mimo ni.

Stanovení cen dle konkurence

Tato metoda využívá tvorbu cen na základě konkurence v odvětví. Využití této metody může společnosti zvýšit tržby anebo podíl na trhu. [6]

Ve skutečnosti subjekty v cestovním ruchu využívají zároveň všechny tři metody ke stanovení cen svých produktů a služeb. Aby subjekty na trhu prosperovaly, musí stanovené ceny pokrývat nejen provozní náklady, ale musí přinášet i zisk. Do oblasti cen spadají i slevy, které jsou v současnosti hlavním lákadlem pro zákazníky. Mezi nejznámější slevy patří last minute, first minute, second minute, slevy věkové, slevy pro věrné zákazníky, slevy rodinné, slevy skupinové a slevy pro děti.

2.3.3 Místo

Aby zákazník mohl zakoupit vybraný produkt či službu, musí být zákazníkům dostupné. K tomu slouží distribuční kanály, které napomáhají k realizaci uspokojení potřeb a přání zákazníka.

Distribuce je v cestovním ruchu různorodá. Zákazníci si mohou služby obstarat v pobočkách cestovní kanceláře anebo cestovní agentury. Dále mohou využít zakoupení produktu či služby prostřednictvím webových stránek, telefonického kontaktu, písemného kontaktu anebo za pomoci faxu. Prodejní místo má být efektivní z důvodu minimalizace nákladů a maximalizace výnosů. Vynikat by mělo také svou stabilitou a dostupností pro veřejnost.

2.3.4 Propagace

Propagace v cestovním ruchu má posílit vztah se zákazníky a informovat je o své nabídce. Mezi hlavní prostředky sloužící k této komunikaci patří zejména reklama, podpora prodeje a public relations. Všechny tyto jmenované prostředky by měly působivé a účinné. [3]

Cestovní kanceláře a agentury využívají nejčastěji ke své propagaci tištěné katalogy, jejichž obsah je zaměřen na seznámení zákazníků s danou nabídkou. Katalogy by měly mít správně seřazeny stránky pro snadnou orientaci. Celkový vzhled by měl charakterizovat daný subjekt a jeho činnost. Také by se měl brát ohled na volbu papíru, velikost písma a grafickou stránku, jelikož katalog je vizitkou společnosti. Výhodou katalogů je vyobrazení nabízených

destinací, hotelů a okolí, pomocí nichž se zájemci dozví podstatné informace a mohou si o nich vytvořit představu. Jako další formy reklamy se využívají webové stránky společnosti, bannery, reklama v rozhlase, tisku a brožury. [3]

Využití podpory prodeje v cestovním ruchu slouží k přesvědčení současných anebo potenciálních zákazníků. Hlavním znakem podpory prodeje je krátkodobost a využívání v určitých intervalech, především v období sezónnosti. Řadí se zde soutěže, hry, veletrhy, výstavy a slevy.

Public relations vytváří zdarma neosobní komunikaci s trhem. Využívají se zprávy, vztah s tiskem a prezentace výrobků. Je důležité, aby jednotlivé společnosti měly dobré vztahy s tiskem, aby o nich psaly pozitivní informace a udržely si tak dobrou image společnosti. Větší organizace mají sestaveny krizové štáby zabývající se řešením krizových situací s médii.

2.3.5 Balíčky služeb

Balíčkem v cestovním ruchu se rozumí kombinace dvou anebo více služeb za jednotnou cenu. Nejznámějším balíčkem služeb je zájezd, který se skládá ze služeb zajišťujících dopravu, ubytování, stravování, popřípadě doprovodné služby. Výhodou využití této nabídky je pohodlí, ušetření času nezbytného pro zařízení jednotlivých služeb, zvýšená kvalita a uspokojení více potřeb najednou. Subjektům poskytující balíčky služeb, přináší tento prvek marketingové mixu zvyšující se poptávku, zvýšení atraktivnosti a přitažlivosti nabídky, rostoucí využití komplementárních zařízení, růst tržeb aj. [7]

2.3.6 Programování

Programování souvisí s předchozím prvkem marketingového mixu, a to s balíčky služeb. Tento prvek marketingové mixu totiž dotváří obsahovou náplň zvolených služeb a vytváří tím pro zákazníka přitažlivější nabídku. Organizacím poté produkují větší rentabilitu. [7]

2.3.7 Lidé

Podstatnou část poskytovaných služeb obstarávají lidé, kteří mají velký vliv na image společnosti, na kvalitu nabízených produktů a služeb. Lidský kapitál je možné rozdělit do několika skupin, a to dle vztahu k zákazníkům a míry ovlivnění marketingového mixu.

Rozeznáváme tyto 4 skupiny – kontaktní pracovníky, koncepční pracovníky, obsluhující pracovníky a podpůrné pracovníky.

Kontaktní pracovníci se vyznačují častým stykem se zákazníkem a přístupem k prvkům marketingového mixu. Tito pracovníci musí být řádně vyškoleni a musí umět jednat se zákazníky, poradit jim.

Koncepčními pracovníky se rozumí osoby, které se zákazníky nepřijdou téměř do osobního styku, ale mají přímý vztah k marketingovému mixu. Příkladem těchto osob jsou manažeři anebo ředitelé.

Obsluhujícími pracovníky jsou zaměstnanci, kteří se vyznačují častým kontaktem se zákazníky. Nepodílí se na prvcích marketingového mixu.

Podpůrní pracovníci jsou charakterističtí tím, že se zákazníky přijdou málokdy do vzájemného kontaktu. Jejich vztah k marketingovému mixu téměř neexistuje. Těmito pracovníky jsou např. uklízečky. [7]

Zefektivnění výsledků práce personálu lze docílit pomocí tréninku, vzdělávání, motivací, možným kariérním postupem, peněžním anebo nepeněžním odměňováním.

2.3.8 Spolupráce

Tento prvek je v cestovním ruchu velmi důležitým. V tomto odvětví se značně využívá spolupráce dvou a více organizací pro zajištění služeb cestovního ruchu. Při sestavování zájezdu spolupracují cestovní kanceláře s organizacemi, které zprostředkovávají služby související s dopravou, ubytováním, stravováním atd. Pokud bude zákazník nespokojen s kvalitou jedné služby, bude mnohdy nespokojen s celým balíčkem služeb. [3]

2.4 Konkurence

Konkurencí se rozumí hospodářská soutěž mezi jednotlivými podnikateli nebo společnostmi. V poslední době se řada trhů dynamicky rozvíjí, přibývají konkurenti, kteří přicházejí na trh s cílem dosažení zisku a určitého tržního podílu. Jejich druhotným cílem je získání úspěšné a efektivní konkurenční výhody v konkurenčním prostředí.

Konkurenční výhodou může být vše, v čem daná společnost vyniká před ostatními např. nižší ceny, vyšší kvalita, apod.

Čichovský se pokusil o typologii konkurence do 4 jednotlivých skupin dle jednotlivých parametrů, a to:

- „rozsahu konkurenčního působení (teritoriální hledisko),
 - podle nahraditelnosti produktu v konkurenčním prostředí,
 - podle počtu producentů (prodejců) a stupně diferenciace produktu,
 - podle stupně organizovanosti a propojitelnosti producentů do aliancí.“
- [2, str.162]

2.4.1 Konkurence a konkurenční výhody v cestovním ruchu

V odvětví cestovního ruchu je značně silná konkurence, rozdělená do dvou oblastí - vnitřní konkurence a vnější konkurence. Vnitřní konkurence vzniká tehdy, pokud jedna část společnosti konkuruje přímo druhé. Zde se řadí například cestovní kanceláře sídlící ve stejném městě. Vnější konkurencí v oblasti cestovního ruchu se rozumí organizace, které nabízí zákazníkovi jiné formy možnosti utrácení jejich peněz, např. zákazník si koupí nový počítač a nepojede na dovolenou.

Získání významného tržního podílu na trhu a vysokého počtu zákazníků se snaží jednotlivé organizace získat za pomoci svých konkurenčních výhod, což jsou aspekty, které jsou rozhodujícími při volbě a následné koupi produktu či služby. Konkurenční výhodou se rozumí vše, čím se odlišuje daná společnost od ostatních působících ve stejném odvětví.

Konkurenční výhody se člení do následujících kategorií:

- cena,
- možnost koupě,
- jakost produktu či služby,
- ekologická charakteristika produktu či služby,
- balení,
- doprava a logistika,
- informace poskytované prodejcem,
- servisní služby,

- distribuční linie a trasy,
- ostatní výhody spojené s daným produktem, zde se řadí značka, design, životnost produktu aj. [2]

V cestovním ruchu se využívají především tyto konkurenční výhody, mezi které patří:

- nižší ceny než u konkurenčních cestovních kanceláří. Tato strategie patří mezi oblíbené k dosažení určité výhody před ostatními konkurenty. Účelem je snížit náklady pod hranici nákladů konkurenčních organizací, především za pomoci snížení mezd. Tato strategie se využívá zejména ve fázi poklesu anebo vstoupení nového konkurenta,
- poskytované slevy, které mají za úkol přilákat zákazníky. Mezi nejznámější patří slevy last minute, first minute a second minute,
- tradice, díky které může být stálým a věrným zákazníkům nabízena sleva a věrnostní programy,
- více služeb za stejnou cenu, např. výlety v ceně,
- rozsáhlejší nabídka produktů a služeb,
- zajímavější nabídka produktů a služeb, např. zájezdy na ostrovy v Karibském moři, agroturistika atd.,
- účinnější propagace, za kterou řada organizací vydává vysoké částky. Dále za zviditelnění se prostřednictvím videí, multimedií, webových stránek, působivé reklamy, brožur a katalogů.

Aby společnost byla úspěšná, měla by jednotlivé konkurenční výhody kombinovat a nevyužívat pouze jednu z nich. [6]

2.5 Vybrané metody analýzy konkurence a konkurenceschopnosti

Pro každou organizaci je důležité vyhodnocovat postavení na trhu a jednotlivé konkurenční výhody konkurentů dle jejich významnosti a důležitosti. Výsledkem měření konkurenčních výhod zjistíme také výsledek konkurenceschopnosti dané společnosti.

Obsahem této kapitoly jsou metody analýzy konkurence a konkurenceschopnosti, které aplikuji v praktické části diplomové práce.

2.5.1 SWOT analýza

Prostřednictvím této metody se analyzuje trh, zákazníci, konkurence a dodavatelé, tedy všechny prvky prostředí, ve kterém společnost působí. Název této situační metody vychází z jednotlivých faktorů, které se pomocí této analýzy sledují. Mezi tyto faktory patří silné stránky – **Strengths**, slabé stránky – **Weaknesses**, příležitosti – **Opportunities** a hrozby – **Threats**. Úspěšnost závisí na rozpoznání silných a slabých stránek společnosti a schopnosti využít možné příležitosti k posílení pozice na trhu. Důraz by měl být kladen na odvrácení případných hrozeb.

Obr. 2.3 SWOT analýza

Silné stránky (<i>strengths</i>) Zde se zaznamenávají skutečnosti, které přinášejí výhody jak zákazníkům, tak firmě. Za silnou stránku jsou považovány ty interní faktory firmy (zdroje, schopnosti, dovednosti aj.), které vytvářejí její silnou pozici na trhu. Lze je využít pro určení konkurenční výhody.	Slabé stránky (<i>weaknesses</i>) Zde se zaznamenávají ty věci, které firma nedělá dobře, nebo ty, ve kterých si ostatní firmy vedou lépe.
Příležitosti (<i>opportunities</i>) Zde se zaznamenávají ty skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku nebo mohou lépe uspokojit zákazníky a přinést firmě úspěch.	Hrozby (<i>threats</i>) Zde se zaznamenávají ty skutečnosti, trendy a události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků.

Zdroj: JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN: 978-80-247-3247-3

Slabé a silné stránky zjišťujeme z **vnitřního pohledu** společnosti. Naopak hrozby a příležitosti vykazují údaje týkající se okolí firmy, tedy **vnějšího prostředí**. Všechny tyto sledované faktory by mohly vylepšit anebo zhoršit v budoucnu postavení společnosti na trhu.

Při sestavování SWOT analýzy se nejdříve vyhodnocuje vnější prostředí společnosti, do kterého spadá ekonomické, politické, demografické, kulturní, technologické a ekologické prostředí. Tyto faktory nemůže společnost ovlivnit.

Cílem analýzy vnitřního prostředí je rozbor konkurence, dodavatelů a zákazníků společnosti, nad kterými má společnost kontrolu a může je případně pozměnit svými silami.

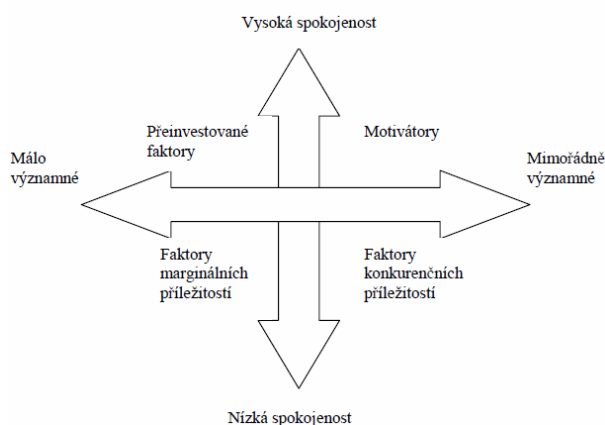
[8]

2.5.2 Poziční mapa

Positioning slouží k objasnění, jak lidé vnímají výrobek, službu nebo samotný podnik na základě své mysli. Pomocí této metody lze vyhodnotit, jak jsou zjišťované faktory vnímány ve srovnání s konkurencí. Každá firma dbá na to, aby byla chápána jako nejlepší na trhu. To je možné jen v případě, že k ní zákazníci budou mít důvěru a pozitivní zkušenosti. Další vlastností, kterou by měl podnik mít, aby vynikal nad ostatními je odlišení se, to může být např. ve značce výrobku, vlastnosti a umístění výrobku atd. Tato metoda je vyhodnocena pomocí výzkumu prostřednictvím analýzy konkurence a vnímání spotřebitelů.

Další metodou je tzv. poziční mapa neboli mapa vnímání, objasňující pozici podniku vůči konkurenčním. Skládá se ze dvou proměnných, ty se mění dle zvolených výrobků, služeb či firmy. Lze využít porovnání proměnných – kvalita a cena anebo spokojenost a důležitost. [1]

Obr. 2.4 Poziční mapa dle spokojenosti a významnosti



Zdroj: Spáčil, V. *Business marketing. Sylaby a případové studie*. 1. vyd. Ostrava:Repronis, 2004. 104 s. ISBN 80-7329-058-8

Přinvestované faktory jsou znakem vysoké spokojenosti zákazníka, ale nejsou pro zákazníka až tak důležité.

Motivátory představují faktory, které jsou charakteristické vysokou spokojeností a důležitost. Tyto prvky jsou pro společnost prioritní.

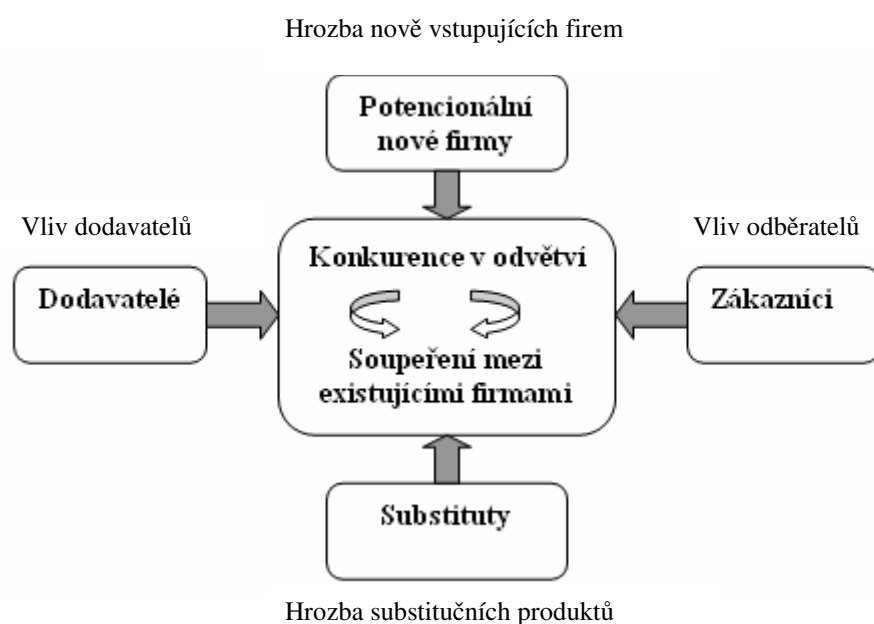
Faktory marginálních příležitostí představují v poziční mapě takové prvky, které nejsou pro zákazníky až tak důležité. Spokojenost u těchto faktorů je nízká.

Faktory konkurenčních příležitostí jsou pro společnosti významné, neboť zákazníci jim přiřkládají velkou důležitost, avšak nejsou s nimi spokojeni. [17]

2.5.3 Metoda 5 Porterových konkurenčních sil

Tato metoda vychází z pěti konkurenčních sil skládající se z konkurentů v odvětví, potenciálních nových konkurentů, dodavatelů, zákazníků a substitutů. Pro podnik jsou všechny tyto konkurenční síly podstatné, neboť svým působením mohou podnik vystavit nebezpečí, týkající se postavení na trhu a samotné existence. Všechny tyto konkurenční síly mají mezi sebou vazby. Pokud se změní jedna vazba, má to vliv na ostatní. [11]

Obr. 2.5 Porterova analýza konkurenčních sil



Zdroj: KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum : nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 277 s. ISBN: 80-247-0996-X

Hrozba konkurentů v odvětví

Trh je neatraktivní, pokud je v něm mnoho silných konkurenčních subjektů. To může vést ke snížení tempa růstu prodeje a následně k nevyužití výrobních kapacit podniků, což je spojeno s vyššími fixními náklady a vysokými bariéry výstupu. Všechny tyto možné okolnosti směřují často k cenovým a reklamním válkám mezi podniky. [11]

Hrozba potenciálně nových konkurentů

Atraktivita trhu je odlišná dle bariér vstupů a výstupů. Jestliže jsou bariéry vstupu i výstupu vysoké, subjektu odpovídá eventuální vysoký zisk. Zdali jsou naopak bariéry vstupu a výstupu na nízké úrovni, může podnik lehce vstoupit i vystoupit z daného segmentu. Negativní stránkou nízkých bariér je nízký a stabilní zisk. [10]

Hrozba nových produktů

Nově vzniklé produkty mohou firmu připravit o zisky a tímto ohrozit její existenci. Proto by každá firma měla sledovat dění ve vývoji na trhu. [11]

Hrozba ze stran dodavatelů

Dodavatelé mohou subjekt ohrozit především změnou svých cen a rozsahem objednávek. Změna dodavatele je finančně nákladná a náročná, přináší to také možné riziko, pokud se vybere nevhodný dodavatel. Předcházet této možné situaci týkající se změny dodavatele, je možné vytvořením si dobrých a přátelských vztahů se současným dodavatelem.

Hrozba ze strany zákazníků

Silnou konkurenční silou jsou zákazníci, kteří působí na zvoleném trhu. Svou vyjednávací silou usilují o snížení cen a domáhají se zvýšení kvality produktů a služeb. Vyjednávací síla zákazníků roste, pokud existuje citlivost na změny cen a pokud cena produktů či služeb je z větší části jejich příjmem anebo jestliže nejsou k dispozici substituční výrobky. K odvrácení této možné situace je sestavení takové nabídky, které zákazníci neodolají. [10]

2.5.4 Pollakův model

Metody uvedené v knize autora Harryho Pollaka, slouží podniku k objasnění „zdraví“ či „nemoci“ podniku. Zdravý podnik nemusí mít strach o svou budoucnost, naopak podnik procházející tzv. nemocí, může dospět až k zániku.

Ke zjištění situace se nejčastěji využívá vyhodnocení dle stanových deseti charakteristik, které si podnik zvolí sám. Ne všechny charakteristiky ovšem vyhovují všem subjektům, tudíž si je pak upravují na základě svého druhu podnikání. Poté se jim přidělí odlišné váhy důležitosti týkající se jejich vlivu na budoucnost. Součtem bodů se zjistí procentuální podíl, který udává tyto parametry:

81 – 100 % je vitalita podniku zaručena

61 – 80 % pravděpodobná vitalita podniku

41 – 60 % nutný zásah k zajištění vitality

21 – 40 % upadající podnik

0 – 20 % podnik je v krizové situaci

Mezi nejčastější sledovaná kritéria dle Harryho Pollaka patří finanční výsledek, spokojenost finančních účastníků, spokojenost zákazníků, výrobky odpovídající trhu, výzkum trhu cílený na pokrok, školení a motivování zaměstnanci, kapitálová základna, spolehliví dodavatelé, výhodná lokalizace podniku a poměr k životnímu prostředí. Všechny tyto kritéria jsou ohodnoceny maximálním počtem bodů, které mohou získat. Nejvíce bodů je cíleno na výzkum trhu cílený na pokrok, nejméně na kritérium spolehliví dodavatelé. V konečném součtu musí dát zvolené kritéria celkovou hodnotu 100 bodů. [14]

Obr. 2.6 Tabulka hodnocení životaschopnosti podniku

Charakteristika	Cíl bodů	Ohodnocení	
		před	po sanaci
1. Finanční výsledek	8		
2. Spokojenost finančních účastníků	11		
3. Spokojení zákazníci	11		
4. Výrobky odpovídající trhu	12		
5. Výzkum trhu cílený na pokrok	13		
6. Školení a motivování zaměstnanci	8		
7. Kapitálová základna	10		
8. Spolehliví dodavatelé	7		
9. Výhodná lokalizace podniku	9		
10. Poměr k životnímu prostředí	11		
Celkem	100		
Činitel		%	%

Zdroj: POLLAK, H. *Jak obnovit životaschopnost upadajících podniků*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2003. 122 s. ISBN: 80-7179-803-7

2.5.5 Vybrané finanční ukazatele

Finanční analýza slouží podnikům k analýze jejich finančních toků. Slouží především k odhalení slabých a silných stránek v oblasti financí. Výsledky finanční analýzy jsou prospěšné nejen pro samotný podnik, ale rovněž pro investory, banky, věřitele, konkurenty, stát, zaměstnance a také pro obchodní partnery.

Finanční analýza poskytne podniku informace týkající se stavu majetku, zadlužení, vlastního a cizího kapitálu, výnosů a nákladů. K zjištění těchto ukazatelů se využívají účetní výkazy, výroční zprávy a informace manažerů samotných podniků. [5]

Mezi hlavní oblasti zkoumané pomocí finanční analýzy patří:

- výnosnost podniku vypovídající o tom, zda podnik obstarává patřičný zisk s přihlédnutím na vložený kapitál,
- platební schopnost vystihující schopnost hradit včas své finanční závazky

- hospodářská a finanční stabilita, což znamená dostání svých finančních závazků v dlouhodobém hledisku,
- solventnost vyhodnocující poměr vlastních a cizích zdrojů v podniku,
- aktivita, která vypovídá ohledně schopnosti podniku využít vložené prostředky,
- ukazatele kapitálového trhu. [5]

Jednotlivé účetní výkazy obsahují rozdílné položky zahrnující položky - aktiva, pasiva, příjmy, výdaje, náklady a výnose. Interpretace těchto položek se řídí zásadami finančního řízení.

Autoři Rolf Grünwald a Jaroslava Holečková uvádějí, že smyslem finanční analýzy je „*Vytěžit z výkazů a dalších zdrojů informací, posoudit finanční zdraví podniku a připravit podklady pro potřebná řídicí rozhodnutí je hlavním úkolem finanční analýzy.*“ [5, str.33]

2.5.6 Poměrové ukazatele

Rentabilita

Problematika výnosnosti neboli rentability podniku patří mezi nejdůležitější oblast sledování, neboť každý podnik se snaží o to, aby dosahoval co nejvyšší výnosnosti vloženého kapitálu. Rentabilita vloženého kapitálu dokáže podniku odpovědět na otázku, zda má alokovat další kapitál. Jednotlivé ukazatelé rentability vyobrazí informace o celkovém hospodaření podniku a stupni využívání majetku.

„Ke zjišťování a měření rentability, resp. výnosnosti vloženého kapitálu se v praxi nejvíce využívají tyto ukazatele:

- *rentabilita celkového kapitálu,*
- *rentabilita vlastního kapitálu,*
- *rentabilita dlouhodobého kapitálu,*
- *rentabilita tržeb,*
- *rentabilita nákladů.* [5, str.80]

Výpočet těchto ukazatelů se provádí pomocí vzorce, kde v čitateli je vyjádřen zisk a jmenovatel je vyjádřen hodnotou rentability, kterou chceme zjistit např. celkový kapitál. Zisk může být počítán jako zisk před úroky a zdaněním, před zdaněním anebo jako zisk po zdanění. [5]

Rentabilita celkového kapitálu neboli ROA vyjadřuje poměr dosaženého zisku s celkovými aktivy, které byly vloženy do podnikání. Tento ukazatel vychází většinou v kladných hodnotách, pokud by vyšel v záporných, znamenalo by to nepříznivý stav pro fungování podniku. [5]

$$ROA = \frac{\text{zisk}}{\text{celkový vložený kapitál}} \quad [16]$$

Rentabilita vlastního kapitálu neboli ROE vyhodnocuje vlastníkům vytvořený zisk z jejich investovaného kapitálu. Jednodušeji nám tento ukazatel říká, kolik Kč čistého zisku připadá na 1 Kč vlastního kapitálu. V zásadě by mě platit pravidlo, že ukazatel ROE by měl být větší než ukazatel ROA.

$$ROE = \frac{\text{zisk}}{\text{vlastní kapitál}} \quad [16]$$

Rentabilita tržeb neboli ROS vyjadřuje, zda je podnik schopen dosáhnout zisku při daných tržbách neboli kolik Kč tržeb musíme dosáhnout při dosažení 1 Kč zisku.

$$ROS = \frac{\text{zisk}}{\text{tržby}} \quad [16]$$

Okamžitá likvidita poskytuje informace o aktuální platební schopnosti podniku, čímž ukazuje pohotové placení běžných potřeb podniku. Uspokojivý koeficient se pohybuje v rozmezí 0,2 -0,5.

$$\text{Okamžitá likvidita} = \frac{\text{pohotové platební prostředky}}{\text{dluhy s okamžitou splatností}} \quad [16]$$

Zadluženost je ukazatelem umožňující vyhodnotit v jaké míře podnik využívá ke své existenci cizí kapitál. [5]

$$\text{Zadluženost} = \frac{\text{cizí kapitál}}{\text{celková aktiva}} \quad [16]$$

3. Charakteristika cestovní kanceláře EXIM TOURS, a.s.

Cestovní kancelář EXIM TOURS, a. s. působí na trhu od roku 1993 a založil ji Tunisian Ferid Nasr. Za dobu své existence prošla znatelným vývojem, během kterého se stala největší cestovní kancelář na českém trhu poskytující letecké zájezdy. V současnosti zaměstnává téměř 150 zaměstnanců, stejný počet osob vykonává funkci delegáta v cílových destinacích.

Pro propagaci této společnosti je využíván tmavě modrý nápis na bílém podkladu, doplněný o obrázek navozující dovolenou.

Obr. 3.1 Logo cestovní kanceláře EXIM TOURS, a. s.



Zdroj: *EXIMtours* [online]. 2009 [cit. 2010-02-24]. EXIMtours. Dostupné z WWW: <www.eximtours.cz>.

Strategie společnosti je cílena především na spokojenost zákazníka, s čímž je spojeno působení prostřednictvím široké distribuční sítě. V současnosti se snaží cestovní kancelář EXIM TOURS o rozšíření nabídky o nové destinace, které jsou zákazníky požadovány.

Stoupající oblíbenost lze vyzorovat z rostoucího počtu klientů. V roce 1997 využilo služeb cestovní kanceláře EXIM TOURS, a. s. 14 tisíc zákazníků, v roce 2001 stoupl tento počet na 30 tisíc klientů, v roce 2004 dosáhl počet klientů 155 tisíc. V roce 2005 vzrostl počet na 204 tisíc spokojených klientů. Dalším rokem vycestovalo s touto cestovní kancelář okolo 236 tisíc osob. V roce 2007 dosáhla tato společnost hranici 1 000 000 klientů. Těmto ukazatelům dopomohl i fakt, že cestovní kancelář EXIM TOURS, a. s. uzavřela smlouvy s mnohými obchodními partnery jak z tuzemska, tak ze zahraničí.

Od roku 2002 byla cestovní kancelář EXIM TOURS, a. s. nejvýznamnějším partnerem letecké společnosti Travel Service. Dále využívala i přepravní možnosti prostřednictvím společností ČSA a dalších známých společností. Postupem času se stala společnost dlouhodobým a exkluzivním partnerem EXIM TOURS, a. s. i v charterové dopravě.

Cestovní kancelář EXIM TOURS patří mezi první cestovní kanceláře, která získala koncesní listinu podle zákona č.159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně občanského zákoníku a zákona o živnostenském zákoníku. Mimo jiné patří mezi členy těchto organizací - Asociace cestovních kanceláří České republiky a RDA Internationaler Touristik Verband e.V. v Kolíně nad Rýnem. Pravidelně se také účastní mezinárodních i místních veletrhů cestovního ruchu, které napomáhají celkové propagaci samotné společnosti. Aktivní obchodní politiku EXIM TOURS provádí postupným zakládáním dceřiných cestovních kanceláří v zahraničí. Prozatím se jedná o kanceláře v Polsku - EXIM TOURS Poland, na Slovensku - Kartago Tours Slovakia, v Maďarsku - Kartago Tours Hungary a v Rumunsku - Kartago Tours Romania.

Cestovní kancelář EXIM TOURS, a. s. získala za dobu svého působení řadu ocenění jako např. – zařadila se mezi Českých 100 Nejlepších v roce 2002, 2003, 2005, 2006, 2007, 2008, v roce 2009 obsadila 1. místo v oborové kategorii "Cestovní ruch a hotelnictví" a 22. místo celkově. V roce 2007 získala ocenění TTG - NEJLEPŠÍ TOUROPÉRÁTOR PRO AFRIKU A STŘEDNÍ VÝCHOD. Roku 2006 1. místo v kategorii CHARTER, SIRIUS 2005 - kategorie monista, 3. místo a 1. místo v kategorii CHARTER, SIRIUS ČSA 2004 - 1. místo, ZLATÝ DIPLOM ČSA, CZECH TRAVEL AWARDS 2003, TRAVEL SERVICE 1. místo.

3.1 Nabídka zájezdů

V současné době jsou v letní nabídce cestovní kanceláře nabízeny pobytové zájezdy do těchto destinací – Bulharsko, Egypt, Spojené Arabské Emiráty, Dominikánská republika, El Salvador, Chile, Isla Margareta, Kapverdské ostrovy, Kostarika, Kuba, Mexiko, Peru, San Andrés, Thajsko, Kalábrie, Sardínie, Sicílie, Kypr, Malta, Roatan, Řecko, Španělsko, Tunisko, Turecko, USA a zaoceánské plavby.

V roce 2009 patřily mezi nejvíce navštěvované destinace Egypt a Tunisko. Zájem ze stran klientů vzrostl o destinace v Turecku a Řecku.

Egypt je nabízen cestovní kanceláří EXIM TOURS, a. s. ve 4 destinacích, a to – Hurghada, Marsa Alam, Sharm El Sheikh a Taba. Oblast Hurgada patří u zákazníků k nejoblíbenějším pro své výborné podmínky pro potápění, nespočet kulturního a sportovního vyžití. Výhodou je rovněž ideální poloha od Káhiry k uskutečnění výletů týkajících se památek. Vyhlášené jsou písčité pláže Makadi, které jsou vzdáleny od Hurghady 35 km.

Tunisko nabízí své pobyty zákazníkům na ostrově Djerba či na pevnině. Mnoho cestujících je ohromeno zdejší architekturou, která je pověstná bílými fasádami a plochými střechami. Větší oblibě se těší ostrov Djerba ležící u jižního pobřeží Tuniska. Díky své rozloze 500 km² patří mezi největší ostrovy Severní Afriky. Řada návštěvníků oceňuje v této destinaci bohatou pohostinnost místních obyvatel.

Turecko, které je často nazýváno Orientem, je klientům nabízeno v destinacích Antalya, Bodrum a Istanbul. Rostoucí zájem o tuto zemi může být způsoben delší letní sezónou, protože díky rozloze tohoto státu se zde podnebí v některých oblastech znatelně liší. Pro kulturní zpestření lze navštívit památky jako je jeden ze sedmi divů světa - mauzoleum v Halikarnassu, podzemní města v Kappadokii či „bavlněný hrad“ Pamukkale.

Řecko disponuje nabídkami v těchto destinacích – Korfu, Kos, Kréta, Lefkáda, Rhodos, Samos a Zakynthos. Veškeré tyto ostrovy lákají návštěvníky na své okouzlující pláže a bohatou flóru. Významnou součástí Řecka jsou jeho starověké památky

3.2 Doprovodné služby

Dovolená na splátky nabízí zákazníkům možnost zaplatit 3 možnými variantami – formou úvěru bez navýšení, další variantou je 1/10, kdy zákazník přeplatí 10 % z celkové částky. Poslední variantou je možnost zaplacení prostřednictvím klasického spotřebitelského úvěru. U všech těchto variant je zapotřebí, aby byl zákazník ve věku 18 – 70 let, měl trvalé bydliště v ČR a měl u sebe doklad totožnosti a výpis o svém příjmu.

Sezení v letadle nabízí výběr místa v letadle dle přání zákazníka. Tato služba je zpoplatněna částkou 500 Kč za osobu a platí pro cestu tam i zpátky. Cestující, kteří dbají více na své pohodlí a bezpečnost, mohou využít službu tzv. XL seat, což zahrnuje sezení u nouzových východů. Služba XL seat je v nabídce za 1000 Kč za osobu. Tato služba je nabízena pouze osobám fyzicky zdatným, v případě nehody nebo nouzové situace.

Poukázky typu Sodexo, Le Cheque Dejeuner anebo Accor Services lze využít k zaplacení částky do 12 000 Kč, maximálně do 50 % z celkové částky. Za poukázky cestovní kancelář nevrací přeplatek a lze je uplatnit pouze do data uvedeného na poukázkách.

Dárkové poukázky nabízí cestovní kancelář EXIM TOURS, a. s. ve dvou provedeních, a to jako poukázka sloužící ke slevě či poukázka sloužící k úhradě. Poukázky k úhradě jsou k dispozici v hodnotách 500 Kč, 1 000 Kč, 2 000 Kč a 5 000 Kč. O danou hodnotu se poté sníží konečná platba v hotovosti. Cestovní kancelář nabízí možnost vytisknutí těchto poukázek dle přání – vlastní motiv a text. Tyto poukázky jsou přenosné a mají neomezenou platnost. Poukázky sloužící ke slevě, upravují konečnou cenu o příslušnou částku, poté je uplatněna procentuální sleva. Těchto poukázek lze využít více na jednu cestovní smlouvu.

Hledám spolucestujícího je forma služby fungující na webových stránkách cestovní kanceláře. Tato služba je poskytována všem osobám zdarma. Slouží k nalezení partnera na dovolenou. Především se jedná o situace, kdy osoby nechtějí trávit dovolené bez doprovodu, anebo nechtějí zbytečně platit příplatek za jednolůžkový pokoj.

Parkování na letišti je nabízeno klientům cestovní kanceláře EXIM TOURS, a. s. na všech letištích, kde se uskutečňují odlety. Na letišti v Praze – Ruzyně je k dispozici nonstop hlídané parkoviště fungující 365 dní v roce. Cena za 12 dní parkovného činí 1 200 Kč.

Google Earth je program sloužící ke sledování míst po celé zeměkouli. Nabízí 3D pohledy, mapy a terény. Na webových stránkách cestovní kanceláře je tento program k dispozici s možností sledování exotickým míst, které jsou v nabídce. Zákazníci tak mohou lépe zjistit, jak to v dané destinaci vypadá a co mohou očekávat.

Buy and fly neboli „Zaplať a leť“ je službou, která poskytuje nižší ceny za zájezd či letenku, neboť se jedná o prodej na poslední chvíli přímo na letišti. Na letišti Leoše Janáčka je možnost zakoupení této speciální nabídky vždy 2 – 3 hodiny před odletem. Platba je možná pouze hotově či pomocí platební karty. Novinkou je možnost zakoupení také na pobočkách cestovní kanceláře, a to 3 – 5 hodin před odletem.

Zasílání novinek umožňuje registrovaným uživatelům získávat informace týkajících se last minute, aktualit, nové nabídky atd.

Objednání si katalogu online lze uskutečnit pomocí vyplnění formuláře na webových stránkách cestovní kanceláře. Po vyplnění přijdou registrované osobě vybrané katalogy zdarma poštou. K dispozici jsou katalogy na letní sezónu či zimní sezónu orientovanou do exotických míst.

3.3 Poskytované slevy

Cestovní kancelář EXIM TOURS, a. s. poskytuje zákazníkům konkrétní slevy na základě katalogu, z kterého byly služby vybrány. Jedná se o katalogy zima 2009/2010, exotika 2009/2010 a léto 2010.

Poskytované slevy v katalogu léto 2010:

Sleva za včasný nákup neboli first minute je poskytována klientům, kteří si zakoupí zájezd do stanoveného data. Pokud si klienti zarezervují zájezd do 28.2.2010 a splatí při tom zálohu ve výši alespoň 30 %, mají nárok na slevu až ve výši 15 %. Pokud klienti nebudou mít zájem o poskytovanou slevu, je jim k dispozici akce, kdy dítě do 18 let v doprovodu dvou dospělých osob, bude mít dopravu, stravování a ubytování zdarma. V případě rezervace do 15.4.2010 mohou klienti čerpat slevu až do výše 12 % z celkové hodnoty. Poskytovaná sleva se vypočítává dle toho, kolikrát klienti vycestovali s EXIM TOUR v průběhu 5 let.

Sleva za vysvědčení umožňuje dítěti strávit pobyt jen za cenu letenky do zvolené destinace. Podmínkou je předložení kopie vysvědčení a složení zálohy ve výši 30 %. Klienti, kteří zakoupí zájezd do 15.4.2010 získávají navíc výhody ve formě výletu zdarma, dárku a plážové hračky dětem do 15 let.

Slevové programy jsou nabízeny osobám, které spolu cestují ve větším počtu, tzv. skupinové zájezdy. Ať už takto cestují obchodně či za relaxací, je pro ně připraven bohatý zábavný program a technické zázemí pro případné obchodní porady. V případě 20 osob, je 21. osoba zdarma, v obsazení zájezdu 30 osob, má 31. osoba pobyt zdarma a sleva ve výši 40 % z pobytu je poskytnuta 32. osobě. Pokud je skupinový zájezd obsazen 40 osobami, je 41. a 42. osoba zdarma. Slevy jsou připraveny i pro menší skupiny, a to v podobě procentuálního zvýhodnění.

Slevu pro novomanžele lze uplatnit do 3 měsíců po uzavření sňatku. Sleva je ve výši 4 %, maximálně však ve výši 1200 Kč za osobu. Podmínkou pro poskytnutí slevy je předložení oddacího listu.

Sleva pro seniory je platná pro osoby starší 60 let, a to ve výši 4 % z katalogové ceny zájezdu, maximálně do výše 1200 Kč za osobu.

Jednotlivé slevy nelze kombinovat, klient si musí vybrat pouze jednu z nich.

3.4 Konkurenti na trhu cestovních kanceláří a agentur

V cestovním ruchu je v současnosti konkurence velmi vysoká, v každém kraji České republiky existuje nespočet cestovních kanceláří a agentur. Pro stručnou charakteristiku konkurentů jsem vybrala cestovní kanceláře patřící mezi větší společnosti na trhu.

Obr. 3.2 Loga cestovních kanceláří



Zdroj: *Dovolená se Zájezdy.cz - široká nabídka zájezdů, prověřené cestovní kanceláře, last moment dovolená* [online]. 2003 [cit. 2010-03-28]. Cestovní kanceláře - dovolená a zájezdy od renomovaných českých CK. Dostupné z WWW: <<http://www.cestovni-kancelare.cz/>>.

Fischer poskytuje coby cestovní kancelář své služby od roku 1999. Roku 2003 se stala novým majitelem společnost K & K Capital. Roku 2008 využilo služeb této cestovní kanceláře 144 tisíc klientů, čímž bylo dosaženo obrátu ve výši 2, 694 mld. Kč. Mezi nabízené služby patří letecké zájezdy k moři v letní i zimní sezóně, exotické zájezdy a individuální zájezdy dle přání klienta.

Čedok patří mezi nejstarší cestovní kanceláře v České republice, působí od roku 1920. V letech 1948 až 1989 působila dokonce jako monopol v odvětví cestovního ruchu. Nyní je majoritním akcionářem společnost ODIEN Group vlastníci 98 % podílu od předchozího vlastníka Unimex Group, která vytvořila moderní image této cestovní kanceláře. V současnosti má ČEDOK pestrá nabídku svých služeb, pod kterou spadá příjezdová

turistika, kongresová turistika, zahraniční a tuzemské zájezdy, prodej dopravních cenin, autokarová přeprava a letecká přeprava.

Sunny days působila v odvětví od roku 1997 jako cestovní kancelář a svým klientům nabízela zájezdy do destinací Djerba, Tunisko, Kréta, Rhodos, Kypr, Turecko a Egypt. V současnosti se ovšem tato společnost potýká s problémem týkající se uzavření pojištění proti úpadku pro rok 2010.

Vítkovice Tours funguje na trhu od roku 1992. Zaměřuje se především na pobytové a poznávací zájezdy do Chorvatska a do Černé Hory. V nabídce má zahrnutý rovněž wellness pobyty v České republice, Slovenské republice a Maďarsku.

Firo Tour působí v odvětví cestovního ruchu od roku 1990. Roku 2004 se stala akciovou společností. Svou nabídku služeb se snaží uspokojovat prostřednictvím zájezdů do destinací Egypta, Řecka, Tuniska, Turecka a Španělska. Nabídka je obohacena rovněž o zájezdy do exotických zemí a poznávací zájezdy. Mezi doplňkové služby patří prodej vstupenek a průvodců v knižní podobě.

4. Metodika sběru dat

Pro svou diplomovou práci, zaměřenou na analýzu konkurenceschopnosti cestovní kanceláře EXIM TOURS, a. s., jsem se rozhodla využít sběru primárních a sekundárních dat. Primární data jsem získala pomocí marketingového výzkumu prostřednictvím dotazníku. Dotazování proběhlo na základě výběrového šetření, tudíž jsem oslovovala pouze část základního souboru. Vyhodnocené výsledky jsem dále použila pro sestavení SWOT analýzy, 5 porterových konkurenčních sil, Pollakova modelu, pozičních map a finanční analýzy.

Sekundární data o vybraných konkurenčních cestovních kancelářích jsem získala na webových stránkách, které poskytují široké veřejnosti informace o jejich podnikání, tudíž i o výročních zprávách. Ty jsem aplikovala na zanalyzování jejich finanční situace. Aby byly výsledky srovnatelné, stanovila jsem si pro porovnání rok 2007 a 2008. Bohužel informace ze současnosti nemají všechny cestovní kanceláře ještě k dispozici.

4.1 Přípravná fáze

Vymezení problému

V současnosti můžeme lze spatřit ve všech odvětvích sledovat rostoucí počet konkurenčních subjektů, které usilují o svůj podíl na trhu a získání si většiny zákazníků. Subjekty, které nejsou tržními bojovníky a nevlastní konkurenční výhody, postupem času na trhu zanikají. Proto by si každá společnost měla průběžně zanalyzovat konkurenční prostředí a zjistit, v čem je konkurence lepší či slabší než ona samotná. K tomuto zjištění slouží řada metod, které jsem se pokusila aplikovat v následující kapitole.

Definování cíle

Cílem mé diplomové práce bylo zjistit, jak si mnou vybraná cestovní kancelář EXIM TOURS stojí oproti konkurenčním cestovním kancelářím. Na základě vyhodnocených informací z použitých marketingových metod. V závěrečné kapitole navrhnou doporučení a návrhy ke zlepšení současné situace. Rovněž nastíním pár rad, které by mohly vést ke zlepšení konkurenceschopnosti na trhu.

Plán výzkumu

Aby byly výsledky aktuální a měly větší vypovídající schopnost, rozhodla jsem se využít sběru dat primárních. Tato data jsem získala pomocí osobního dotazování

prostřednictvím strukturovaného dotazníku. Hlavním důvodem proč jsem si tuto metodu zvolila, byla přímá zpětná vazba ze stran respondentů a vysoká spolehlivost zjištěných údajů.

Dotazník složený z 16 otázek, byl strukturován z uzavřených i otevřených otázek. Některé otázky jsem formulovala do škálové podoby, pomocí nichž měli respondenti možnost vyjádřit své stanovisko v rozmezí 1 – 5 (1- nejlepší, 5- nejhorší). Veškeré otázky uvedené v dotazníku byly kódovány, což mi následně umožnilo převést celkové výsledky do grafické a slovní podoby.

Před zahájením sběru primárních dat jsem realizovala tzv. pretest, který mi pomohl zjistit, zda jsou otázky formulovány správně a respondenti danému dotazníku rozumí.

Časový harmonogram

Pro správný sled činností související s výzkumem jsem si vytvořila časový harmonogram. Jednotlivé činnosti jsem si rozdělila na období, v kterých jsem je poté realizovala.

Tab. 4.1 Harmonogram činností

Popis činností	říjen	listopad	prosinec	leden	únor	březen
Vymezení problému						
Definování cíle						
Plán výzkumu						
Příprava dotazníku						
Pretest						
Sběr dat						
Shromáždění a zpracování dat						
Interpretace výsledků						

Zdroj: vlastní

4.2 Realizační fáze

Sběr informací

V lednu a únoru jsem uskutečnila osobní dotazování respondentů a zasílání dotazníků prostřednictvím emailu. Jelikož cestovní kanceláře mají pobočky nejen v Ostravě, nebylo mým prioritním zájmem oslovovat pouze obyvatele města Ostravy. Základní soubor byl složen obyvateli Moravskoslezského kraje, v němž žije k 31.3.2008 1 249 897 obyvatel.

Pomocí techniky vhodné příležitosti jsem získala výběrový soubor v počtu 262 osob. Celý výzkum se obešel bez větších problémů

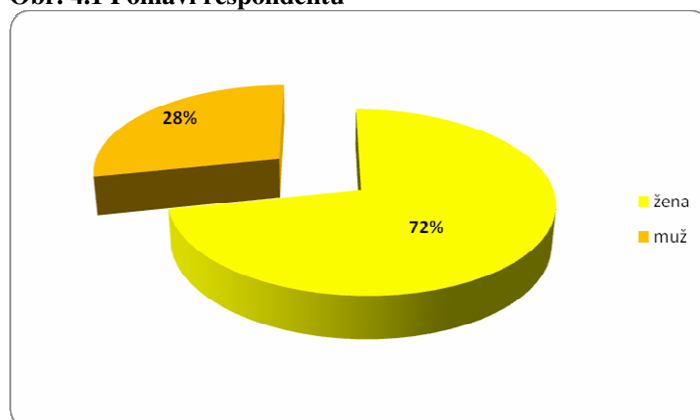
Shromáždění a zpracování dat

Po realizaci výzkumu, jsem zkontrolovala zpětně vyplnění všech dotazníků, především jejich správnost. Pro zpracování získaných dat jsem využila program MS Excel, pomocí kterého jsem vytvořila datovou matici, tabulky a grafy, sloužící k rychlému a jasnému objasnění výsledků uskutečněného výzkumu. K finanční analýze a Pollakova metodu jsem taktéž využila program MS Excel, v kterém jsem vypočetla všechny potřebné hodnoty a poté vytvořila konečné tabulky s výsledky.

4.3 Složení výběrového souboru

Dotazníkovým šetřením jsem obdržela 262 vyplněných dotazníků. Vyhodnocením identifikačních otázek, které byly součástí dotazníků, jsem zjistila, že větší částí, a to 72 %, se na mém výzkumu podílely ženy. Tento výsledek je patrný z grafu 4.1.

Obr. 4.1 Pohlaví respondentů

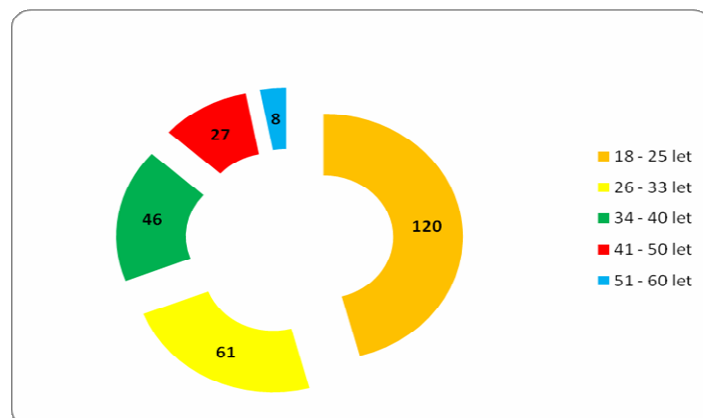


Zdroj: vlastní

Z pohledu věkové struktury respondentů, jsem oslovila nejvíce osob ve věku 18 – 25 let, a to 120. Druhou nejpočetnější skupinou byli lidé ve věku 26 – 33 let. Těchto osob jsem požádala o vyplnění dotazníku 61. Osob, spadajících do věkové kategorie 34 – 40 let, jsem zaznamenala vyhodnocením výzkumu v počtu 46. Vyplnit dotazník mi bylo ochotno vyplnit 27 respondentů ve věku 41 – 50. Nejmenším podílem na mém výzkumu se podílela věková kategorie 51 – 60 let, což lze vyčíst z grafu 4.2, který je uveden dále.

Vyhodnotila jsem také identifikační otázky vztahující se ke věkovým strukturám a čistých měsíčních příjmů respondentů.

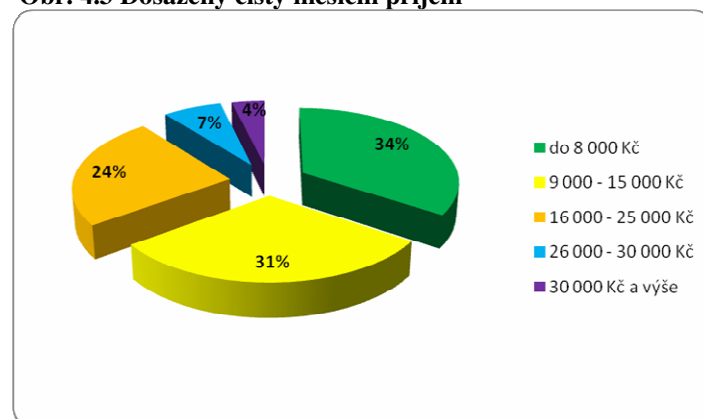
Obr. 4.2 Věková struktura respondentů



Zdroj: vlastní

Z níže uvedeného grafu 4.3 zobrazující čisté měsíční příjmy respondentů, poukazuje na to, že největší část zaobírali respondenti s příjmem do 8 000 Kč. Tento fakt může být zapříčiněn skutečností, že jsem z části oslovovala studenty. Nejmenší podíl jsem zaznamenala u dosažení příjmu v částce 30 000 Kč a výše.

Obr. 4.3 Dosažený čistý měsíční příjem



Zdroj: vlastní

5. Analýza konkurenceschopnosti cestovní kanceláře

Pro analýzu konkurenceschopnosti jsem se rozhodla využít několika metod a modelů sloužících k vyhodnocení tržního postavení cestovní kanceláře EXIM TOURS, a. s. Rozhodla jsem se pro zanalyzování současné situace využít metodu SWOT analýzy, 5 Porterových konkurenčních sil, Pollakova modelu, poziční mapy a finanční analýzy.

5.1 SWOT analýza

Níže uvedenou SWOT analýzu jsem vypracovala především na základě údajů z webových stránek cestovní kanceláře EXIM TOURS. Také jsem využila aktuální informace a trendy z oblasti cestovního ruchu, které jsem si rovněž našla prostřednictvím internetových serverů.

Tab.5.1 SWOT analýza cestovní kanceláře EXIM TOURS, a. s.

Silné stránky	Slabé stránky
Dlouholetá tradice	Společnost nenabízí zájezdy s programem
Významná pozice na trhu	
Široká nabídka zájezdů a služeb	
Možnost zaplacení zájezdu pomocí on-line portálu	
Rozsáhlá marketingová propagace – www stránky, billboardy, bannery, reklama	
Příležitosti	Hrozby
Nové destinace v nabídce	Nově vstupující cestovní kanceláře
Možný krach konkurenčních cestovních kanceláří	Preference cestování bez využití cestovní kanceláře
Vstup na zahraniční trhy	

Zdroj: vlastní

Společnost působí v odvětví cestovního ruchu již sedmnáctým rokem. Za tuto dobu se dostala do povědomí širokému okruhu osob a získala si oblibu u svých zákazníků, což vedlo ke každoročnímu nárůstu klientů. Předností této cestovní kanceláře je rovněž široká nabídka produktů a služeb, která je vytvořena tak, aby oslovila co nejvíce možných zákazníků. Cestovní kancelář také nabízí svým zákazníkům možnost zaplacení vybraného zájezdu pomocí on-line portálu. Tuto službu ocení především zákazníci, kteří chtějí uhradit požadovanou částku prostřednictvím svých embasovaných karet, aniž by museli navštívit pobočky cestovní kanceláře.

Cestovní kancelář EXIM TOURS, a. s. nenabízí svým klientům zájezdy s programovou náplní, což je její slabou stránkou. Tyto zájezdy jsou v současné době trendem v odvětví cestovního ruchu. Lidé nyní více vyhledávají pobyty se sportovním program či léčebným programem. Chybějící nabídka může zapříčinit pokles zákazníků.

Ke zlepšení současné situace cestovní kanceláře EXIM TOURS, a.s. mohou dopomoci nově zavedené zájezdy do karibských oblastí ostrovu San Andrés a Kostariky. V Egyptě se jedná o oblast Marsa Alam v Egyptě. Tyto atraktivní nabídky mohou přilákat nové zákazníky vyhledávající tyto destinace, což zapříčiní zvýšení počtu zákazníků. K dosažení většího počtu zákazníků mohou rovněž dopomoci krachující společnosti zabývající se cestovním ruchem. Zaniklé společnosti totiž uvolní svůj tržní podíl a jejich zákazníci si budou muset zvolit jinou cestovní kancelář či agenturu.

Pokud by lidé v budoucnu preferovali cestování bez využití pomoci ze stran cestovních kanceláří, vedlo by to ke snížení počtu zákazníků. Tato hrozba by se týkala všech cestovních kanceláří, nejen cestovní kanceláře EXIM TOURS, a. s. Další hrozbou mohou být nové cestovní kanceláře, které budou mít lepší nabídky, služby či ceny.

5.2 Metoda 5 Porterových konkurenčních sil

Níže aplikovanou metodu jsem vytvořila na základě dostupných informací spojených s EXIM TOURS.

Hrozba konkurentů v odvětví

Největšími konkurenty cestovní kanceláře EXIM TOURS jsou větší společnosti s velkým počtem poboček. Mezi tyto společnosti bych zařadila především cestovní kanceláře ČEDOK, Fischer a Firo Tour. EXIM TOURS vyniká před těmito konkurenty především svou pestrnou nabídkou zájezdů a rozsáhlou sítí poboček. Dalšími konkurenčními společnostmi jsou cestovní kanceláře Kovotour plus anebo Vítkovice Tours. Tyto společnosti nemají už tak rozsáhlou nabídku destinací, poněvadž jsou specializovanými prodejci na zvolenou destinaci. Poslední dobou lidé rovněž využívají pro objednání zájezdů, webové portály sloužící jako online prodejci. Výhodou této služby je inzerce nabídky od více cestovních kanceláří na jednom místě. Jedná se například o webový portál invia.cz, který patří mezi

největší internetového prodejce zájezdů v České republice. Na svých stránkách uveřejňuje nabídky od více než 200 cestovních kancelář.

Hrozba potenciálně nových konkurentů

V oblasti cestovního ruchu nesledujeme vstup nových společností. Důvodem mohou být klesající útraty za cestování, které jsou zapříčiněny ekonomickou krizí. Lidé si chtějí obstarat dovolenou za co nejnižší náklady a to nutí cestovní kanceláře ke snížení svých cen, tudíž zisků. Tento jev není motivující pro vznik nových společností v cestovním ruchu.

Hrozba nových produktů

Pokud zákazníci nebudou již požadovat od cestovní kanceláře EXIM TOURS pouze pobytové anebo poznávací zájezdy a budou žádat nové formy odpočinku, která tato společnost nenabízí, budou nuceni tyto potřeby uspokojovat u konkurence. Týká se to především zážitkových akcí jako např. adrenalinových pobytů, romantických víkendů apod. Oblíbenými se staly zájezdy se sportovní tematikou a pobyty na eko farmách.

Hrozba ze stran dodavatelů

. Plynulý chod EXIM TOURS by mohlo ovlivnit rozvázání spolupráce s poskytovateli služeb. Mezi ně se řadí především producenti zabezpečující přepravu, ubytování, stravování a pojištění samotných klientů. Ohrožení by mohlo být i ze strany cílové destinace, která by neumožnila vstup klientům na jejich území.

Hrozba ze strany zákazníků

Pokud by se zákazníci rozhodli již nevyužívat služeb cestovní kanceláře EXIM TOURS, anebo přestali těchto služeb využívat celkově, ohrozilo by to fungování dané cestovní kanceláře. Úbytek klientů by se projevil v poklesu tržeb.

5.3 Pollakův model

K zanalyzování stanového cíle jsem rovněž využila metodu vycházející z Pollakova modelu. Ten jsem si sestavila a přizpůsobila na základě dostupných informací a dat. Aby data a výsledky byly vypovídající, vybrala jsem si 4 cestovní kanceláře, o kterých jsem měla nejvíce informací, jak z webových stránek, tak z dotazníkového šetření. K vyhodnocení dané problematiky jsem tedy porovnávala cestovní kanceláře **EXIM TOURS**, **Firo Tour**,

ČEDOK a Vítkovice Tours. K porovnání jsem si zvolila **5 klíčových oblastí**, které jsem vyhodnocovala u jednotlivých společností, a to - **finanční analýzu, spokojenost, dostupnost, zákazníky a doprovodné služby**. Těmto oblastem jsem rozdělila 100 bodů dle jejich významu vztahující se ke konkurenceschopnosti. Finanční analýze jsem přidělila 22 bodů, spokojenosti 26 bodů, dostupnosti 18 bodů, zákazníkům 20 bodů a doprovodným službám zbývajících 14 bodů. Tyto body jsem rozdělila na základě párového srovnání.

V oblastech zahrnující podoblasti jsem navíc zohlednila váhové ohodnocení vycházející z celkové hodnoty 1. K rozdělení této hodnoty jsem využila taktéž párového srovnání.

Celkové výsledky cestovních kanceláří v daných oblastech, jsem zjistila výpočtem pomocí bázecké metody. Výsledek jednotlivé cestovní kanceláře ve sledované oblasti jsem vydělila nejlepším zjištěným výsledkem ve sledované oblasti, poté vynásobila stanovenou váhou. Pokud byl výsledek výnosového typu, nejlepší výsledek měl podobu nejvyššího čísla, u nákladového typu byla nejlepším výsledkem nejnižší hodnota. Následně jsem výsledné hodnoty v každé oblasti ohodnotila dle výsledků body, které mohly společnosti v každé oblasti maximálně získat. Cestovní kanceláři, která dosáhla v dané oblasti nejlepšího výsledku, jsem udělila největší počet bodů a té s nejhorším výsledkem 1 bod. Společnost, která získala po sečtení všech dílčích ohodnocení nejvyšší počet bodů, je nejvíce konkurenceschopnou.

První oblast - finanční analýza

V oblasti týkající se finanční analýzy jsem si zvolila 5 podoblastí, a to ukazatele ROA, ROE, ROS, celkové zadluženosti a okamžité likvidity, poměřovaných cestovních kanceláří.

Na základě párového srovnání jsem vyhodnotila následující váhové ohodnocení:

ROE	0,30
Celková zadluženost	0,25
ROA	0,20
ROS	0,15
Okamžitá likvidita	0,10

Jednotlivé váhy musí dát dohromady celkovou hodnotu 1.

Druhá oblast - spokojenost

V této oblasti jsem si pro porovnání konkurenceschopnosti navolila 6 podoblastí vztahující se ke spokojenosti s cestovními kancelářemi. Konkrétně se jednalo o podoblasti zaměřené na ceny produktů a služeb, nabídku zájezdů, dopravu, chování a odbornost personálu a také na poskytované slevy. Tyto faktory jsem ohodnotila za pomoci vyhodnocení otázky č. 9 z dotazníku, týkající se spokojenosti a důležitosti. Prostřednictvím výsledků určující důležitost, jsem vymezila váhy pro zkoumané podoblasti.

Váhy jednotlivých podoblastí:

Cena	0,30
Nabídka zájezdů	0,25
Doprava	0,20
Chování personálu	0,15
Odbornost personálu	0,06
Poskytované slevy	0,04

Třetí oblast – dostupnost

V třetí oblasti týkající se dostupnosti, jsem si zvolila pouze jednu oblast zkoumání, a to počet poboček jednotlivých cestovních kanceláří. Nejvíce konkurenceschopnou cestovní kancelář v této oblasti byla ta cestovní kancelář, která měla nejvíce poboček na území České republiky. Čím více poboček společnost má, tím více může získat zákazníků a pokrýt více trh svou nabídkou. Jelikož jsem zde porovnávala pouze jednu podoblast, přidělila jsem celkovou hodnotu váhy 1 v této oblasti.

Čtvrtá oblast - zákazníci

Čtvrtou oblast zaměřující se na zákazníky, jsem vyhodnotila na základě dostupných informací zohledňující počet klientů u jednotlivých cestovních kanceláří. Druhou podoblast, kterou jsem zde sledovala, byla celková spokojenost zákazníků s danou cestovní kancelář. Tento údaj jsem zjistila na základě vyhodnocení dotazníků.

Dle svého uvážení jsem zvolila přednější faktor celkovou spokojenost zákazníků, tudíž jsem mu přiřadila váhu **0,6**. Faktoru týkající se počtu klientů, jsem přiřadila váhu **0,4**.

Pátá oblast - doprovodné služby

V poslední oblasti jsem se zaměřila na počet doprovodných služeb, které cestovní kanceláře nabízejí jako doplňkové. Jedná se především o služby typu platba kartou, dovolená na splátky, callcentrum apod. Prostřednictvím webových stránek jsem zjistila, která cestovní kancelář nabízí největší počet těchto služeb, což jsem posléze zhodnotila. V této oblasti jsem porovnávala také pouze jednu podoblast, přiřadila jsem této podoblasti celkovou váhu 1.

Níže uvedené tabulky uvádějí výsledný Pollakův model, který zohledňuje jednotlivá pořadí ve stanovených oblastech jednotlivých cestovních kanceláří. Výsledky, které jsem vyhodnotila za každou oblast zvlášť, jsou uvedeny v příloze B.

Tab. 5.2 Celkové vyhodnocení Pollakova modelu konkurenceschopnosti

Cestovní kancelář	1. oblast	2. oblast	3. oblast	4. oblast	5. oblast	Celkové pořadí
EXIM TOURS	1.	3.	1.	1.	1.	1.
Firo Tour	4.	1.	3.	3.	4.	3.
ČEDOK	3.	2.	2.	1.	2.	2.
Vítkovice Tours	2.	4.	4.	4.	3.	4.

Zdroj: vlastní

Z tabulky je možné vidět, že v oblasti týkající se finanční stránky, si nejlépe stojí cestovní kancelář EXIM TOURS. Tento výsledek může být zapříčiněn tím, že má nejlepší výsledky vztahující se k rentabilitě aktiv, rentabilitě vlastního kapitálu a rentabilitě tržeb. Bohužel výsledky v této první oblasti nejsou až tak vypovídající, neboť cestovní kancelář Firo Tour nemá zveřejněny veškeré listiny potřebné k výpočtu všech ukazatelů.

V oblasti spokojenosti je na nejlepší pozici cestovní kancelář Firo Tour. Zákazníci jsou u této cestovní kanceláře nejvíce spokojeni s cenou a nabídkou zájezdů. U EXIM TOURS lidé nejlépe vyhodnotili faktor poskytovaných slev.

Nejlépe dostupnou cestovní kancelář, vyhodnocenou dle počtu poboček, je EXIM TOURS. Tato cestovní kancelář zřizuje 61 poboček na celém území České republiky. Počet poboček je důležitý z hlediska pokrytí trhu a z pohledu lehké dostupnosti.

Čtvrtá oblast zaměřená na spokojenost zákazníků vychází z počtu zákazníků jednotlivých cestovních kanceláří a celkové spokojenosti. Zde jsou nejlepšími cestovní

kanceláře EXIM TOURS a ČEDOK.

V poslední oblasti vztahující se k doprovodným službám, je na prvním místě cestovní kancelář EXIM TOUS. Tato cestovní kancelář nabízí svým klientům široké spektrum doprovodných služeb oproti konkurentům. Tyto doprovodné služby často zkvalitní a zpříjemní dovolenou, proto jsem tuto oblast zahrnula do tohoto modelu.

Tab. 5.3. Celkové zhodnocení životaschopnosti cestovních kanceláří

Cestovní kancelář	1. oblast	2. oblast	3. oblast	4. oblast	5. oblast	Celkový počet bodů	Životaschopnost CK
EXIM TOURS	22	9	18	20	14	83	téměř zaručena
Firo Tour	1	26	6	6	1	40	podnik je nemocný
ČEDOK	8	17	12	20	9	66	je velmi pravděpodobná
Vítkovice Tours	16	1	1	1	4	23	podnik je nemocný

Zdroj: vlastní

Z tabulky je patrné, že nejvíce konkurenceschopnou cestovní kanceláří je EXIM TOURS. Tato cestovní kancelář získala nejvyšší počet bodů v celkovém sečtení bodů za jednotlivé sledované oblasti. Nejlepšího umístění dosáhla ve 4 oblastech, a to finanční analýze, dostupnosti, zákazníků a doprovodných služeb. Management této cestovní kanceláře by se měl zaměřit na spokojenost zákazníků, především na chování personálu, kterou lidé vyhodnotili nejhůře oproti konkurenčním sledovaným společnostem.

Cestovní kancelář ČEDOK dosáhla nejvyššího ocenění v oblasti zákazníků. Společnost by se měla zajímat více o svou finanční stránku, neboť v této oblasti dosáhla nízkých ukazatelů rentability. U ukazatele rentability tržeb dosáhla nejnižších hodnot. Zadluženost společností by měla být mezi 40 – 60 %, cestovní kancelář ČEDOK se svými 53 % do této hranice spadá, má tedy zadluženost optimální.

Cestovní kancelář Firo Tour získala nejlepší ohodnocení v oblasti vztahující se ke spokojenosti zákazníků k jednotlivým faktorům. Tato společnost bohužel neměla na webových stránkách uveřejněný výkaz zisku a ztrát, tudíž jsem nemohla poměřit veškeré ukazatele finanční ukazatele. Nejmenší počet bodů obdržela v oblasti doprovodných služeb, kterých nabízí cestovní kancelář v porovnání s ostatními nejméně.

Cestovní kancelář Vítkovice Tours byla vyhodnocena jako nejméně konkurenceschopná. Výsledek může být ovlivněn tím, že tato cestovní kancelář

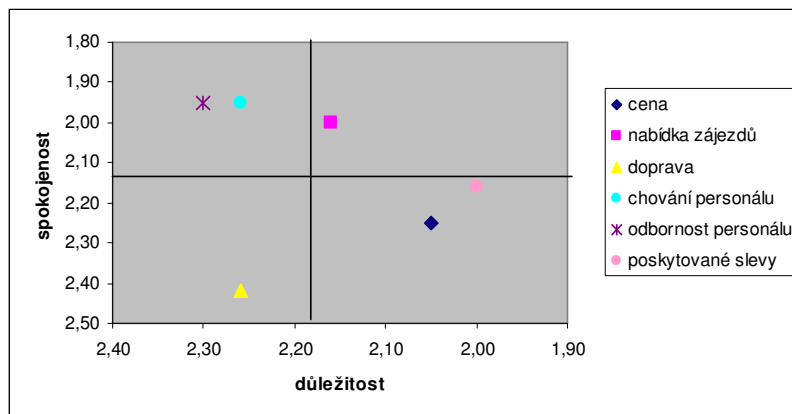
se specializuje pouze na Chorvatsko a Černou horu a nemá tak specializovanou nabídku jako konkurenční cestovní kanceláře. Tento fakt může odrážet příčinu nižšího počtu klientů a poboček.

5.4 Poziční mapy cestovních kanceláří

Poziční mapy týkající se spokojenosti a důležitosti jsem vytvořila na základě otázky č. 9, která byla součástí mého dotazníku. Pomocí této otázky jsem chtěla zjistit, jak jsou respondenti spokojeni se stanovenými faktory a jak jsou pro ně tyto faktory důležité. Celkem bylo hodnoceno **6 faktorů – cena, nabídka zájezdů, doprava, chování personálu, odbornost personálu a poskytované slevy**. Veškeré faktory respondenti hodnotili pomocí známek, kdy ohodnocení pomocí známky 1 znamenalo největší spokojenost a důležitost a ohodnocení pomocí známky 5 nejmenší spokojenost a důležitost.

Poziční mapy jsem sestrojila jako u předchozí metody, pro cestovní kanceláře, které měly vyšší počet odpovědí, získaných prostřednictvím dotazníků. U cestovních kanceláří, kde hodnotilo pouze pár respondentů, by neměly výsledné poziční mapy dobrou vypovídající schopnost. Jednalo se tedy znovu o cestovní kanceláře **EXIM TOURS, Firo Tour, ČEDOK a Vítkovice Tours**. Abych mohla dané poziční mapy sestrojit, musela jsem za každou cestovní kancelář sečíst zvlášť jednotlivé faktory spokojenosti a důležitosti. Poté jsem využila funkce průměr, abych zjistila průměrnou hodnotu za každý faktor zvlášť. Ty jsem zaznamenala do tabulek uvedené v příloze C. Střední na osách spokojenosti a důležitosti jsem si stanovila průměrem z průměrných hodnot sledovaných faktorů.

Obr. 5.1 Poziční mapa cestovní kanceláře EXIM TOURS



Zdroj: vlastní

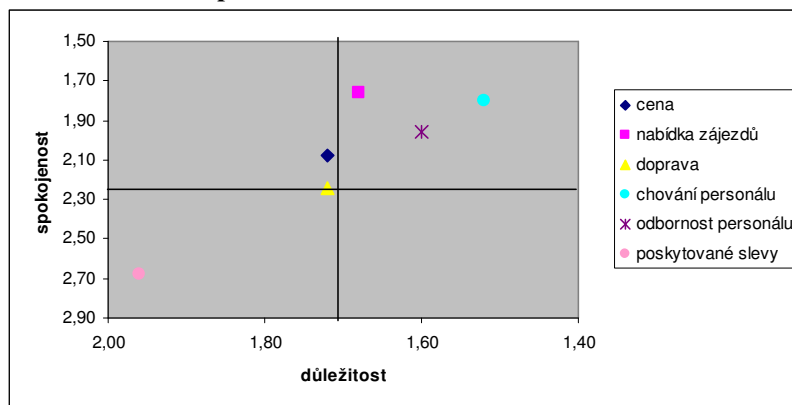
Z prvního kvadrantu poziční mapy cestovní kanceláře EXIM TOURS lze vidět, že s faktorem týkající se nabídky zájezdů, jsou zákazníci nejvíce spokojeni a hodnotí jej jako důležitý. Management by měl s touto nabídkou vystupovat na trhu dále, popřípadě ji ještě rozšířit pro větší spokojenost klientů a získání si většího počtu klientů.

V druhém kvadrantu se nacházejí přeinvestované faktory, s nimiž jsou sice zákazníci spokojeni, ale nehodnotí je jako důležité. Těmito faktory jsou odbornost a chování personálu. Společnost by mohla finance z této oblasti přesunout jinde.

Třetí kvadrant obsahuje tzv. faktory marginálních příležitostí. U cestovní kanceláře EXIM TOURS se jedná pouze o faktor dopravy. Zákazníci s tímto faktorem nejsou moc spokojeni, ale není pro ně důležitý. Kvalita poskytování této služby by měla být zachována.

Faktory konkurenčních příležitostí se nacházejí ve čtvrtém kvadrantu poziční mapy. Jedná se o faktory spadající do oblasti cen a poskytovaných slev. Tyto faktory jsou pro zákazníka velmi důležité, ale nejsou s nimi u zvolené společnosti spokojeni. Východiskem by mohlo být nepatrné snížení cen, které by mohlo oslovit potenciální klienty k přesunutí svých spotřebitelských zvyklostí právě k této společnosti.

Obr. 5.2 Poziční mapa cestovní kanceláře Firo Tour

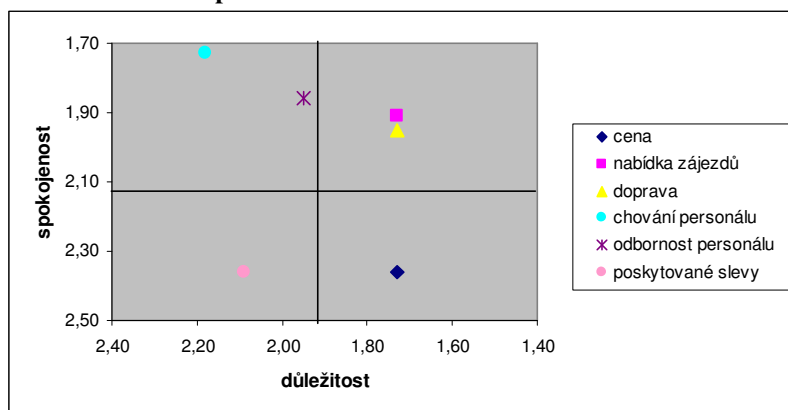


Zdroj: vlastní

U cestovní kanceláře Firo Tours jsou prioritními faktory - nabídka zájezdů, chování personálu a odbornost personálu. Z těchto jmenovaných faktorů jsou zákazníci nejvíce spokojeni s nabídkou zájezdů, avšak důležitějším atributem je pro ně chování personálu. U klientů Firo Tour není cena a doprava důležitá. To může být důsledkem toho, že tato společnost se snaží o to, aby měla ceny přijatelné pro široký okruh potenciálních zákazníků a vyhovuje proto většině klientů.

Poskytované slevy nabízené cestovní kanceláří Firo Tour, spadají do třetího kvadrantu, kam se řadí faktory marginálních příležitostí. S tímto faktorem nejsou zákazníci moc spokojeni, ale nepřikládají mu vysokou váhu důležitosti.

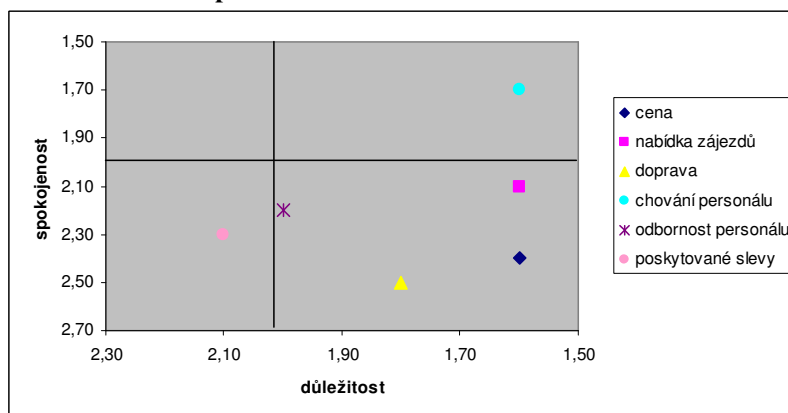
Obr. 5.3 Poziční mapa cestovní kancelář ČEDOK



Zdroj: vlastní

Nejdůležitějšími faktory, kterým by se měla společnost ČEDOK zabývat a trvat na jejich zvyšující se kvalitě, jsou nabídka zájezdů a doprava. Tyto faktory jsou pro jejich klienty nejvíce důležité a jsou s nimi vysoce spokojeni. Více spokojeni jsou ovšem s nabídkou zájezdů. Cestovní kancelář ČEDOK by se nemusela až tak věnovat faktorům náležící do oblasti týkající se personálu. S personálem jsou klienti spokojeni, avšak není pro ně podstatný. Rovněž slevy cestovní kanceláře ČEDOK nejsou pro jejich klienty významné při rozhodování o výběru cestovní kanceláře. Cena a nabídka zájezdů cestovní kanceláře ČEDOK, spadají do čtvrtého kvadrantu poziční mapy. Tento kvadrant vypovídá o vysoké důležitosti, ale nízké spokojenosti.

Obr. 5.4 Poziční mapa cestovní kanceláře Vítkovice Tours



Zdroj: vlastní

Chování personálu je pro klienty cestovní kancelář Vítkovice Tours významným atributem a jsou s ním velmi spokojeni. Jelikož tato cestovní kancelář patří mezi cestovní

kancelář nabízející omezenou nabídku zájezdů oproti konkurenčním cestovním kancelářím, zakládá si na příjemném personálu jež dělá dobrou vizitku této společnosti na trhu.

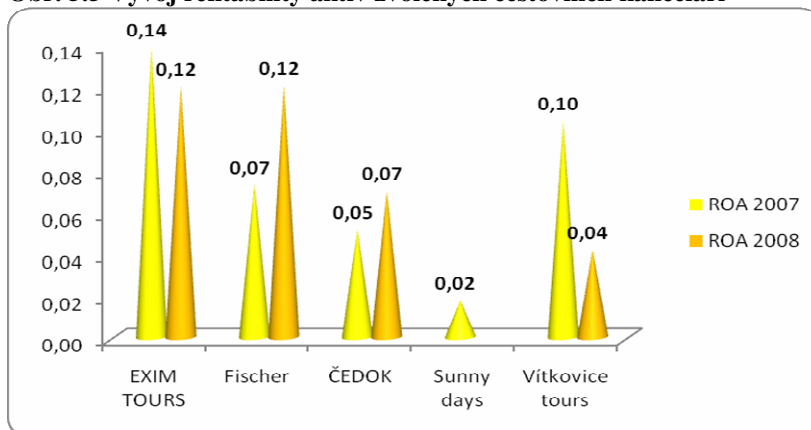
Do faktoru marginálních příležitostí v této poziční mapě spadá faktor zahrnující poskytované slevy. Ty nejsou pro klienty důležité, nejsou s nimi ani spokojeni. Konkurenčními příležitostmi jsou faktory – odbornost personálu, nabídka zájezdů, cena a doprava. Těmto faktorům přiřkládají klienti vysokou důležitost, bohužel s nimi nejsou u této cestovní kanceláře spokojeni. Nejvíce důležitými jsou prvky nabídka zájezdů a cena.

5.5 Finanční analýza

Finanční stránka je jednou z oblastí, která je důležitá pro budoucí životaschopnost všech společností. Veškeré společnosti by si měly tuto oblast kontrolovat a sledovat vývoj jednotlivých ukazatelů v časových řadách, zda se jejich vývoj lepší anebo zhoršuje.

Za pomoci výročních zpráv jsem vytvořila externí finanční analýzu, která vychází z výkazů jednotlivých cestovních kanceláří. Z internetových zdrojů se mi podařilo získat výroční zprávy z období let 2007 a 2008, a to za cestovní kanceláře EXIM TOURS, Fischer, ČEDOK, Sunny Days a Vítkovice Tours. O cestovní kanceláři Firo Tour, kterou jsem vyhodnocovala v předchozích metodách a modelech, jsem bohužel nenalezla potřebný výkaz zisku a ztrát sloužící k výpočtu ukazatelům rentability. Cestovní kancelář Sunny Days měla k dispozici pouze výkazy za rok 2007. Finanční analýzu vybraných společností jsem směřovala do ukazatelů rentability, likvidity a zadluženosti. Tabulky obsahující jednotlivé hodnoty a výsledky, jsou obsaženy v příloze D a E. Použité výkazy, získané z výročních zpráv společností, jsou k nahlédnutí v příloze F a G.

Obr. 5.5 Vývoj rentability aktiv zvolených cestovních kanceláří



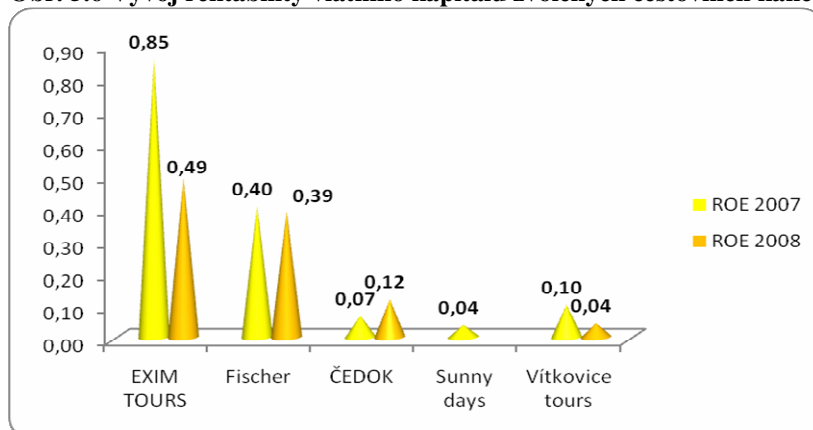
Zdroj: vlastní

Nejlépších výsledků rentability aktiv dosahuje cestovní kancelář EXIM TOURS. Tato cestovní kancelář měla nejvyšší hodnotu jak v roce 2007 tak v roce 2008, což lze vidět z výše uvedeného grafu. Avšak v roce 2008 tento ukazatel poklesl. V roce 2008 cestovní kancelář Fischer dosáhla stejného výsledku 0,12 jako EXIM TOURS. Oproti roku 2007 její rentabilita aktiv významně narostla. Cestovní kanceláři ČEDOK zkoumaný ukazatel také oproti předešlému roku vzrostl, opačný trend zaznamenala cestovní kancelář Vítkovice Tours.

Pokles ukazatele ROA v roce 2008, u cestovní kanceláře EXIM TOURS, byl zapříčiněn především zvýšením aktiv a poklesem zisku. Jmenovaná společnost zvýšila své aktiva především v položkách týkající se pohledávek a krátkodobého finančního majetku. Nárůst rentability aktiv u cestovní kanceláře Fischer způsobilo zdvojnásobení zisku oproti roku 2007. Rostoucí trend u této cestovní kanceláře je dobrý, neboť čím vyšší hodnoty tohoto ukazatele, tím vyšší ziskovost. Cestovní kanceláři ČEDOK vzrostl ukazatel ROA v roce 2008 o 0,2, což bylo výsledkem zvýšením aktiv v této společnosti, především v oblasti dlouhodobého nehmotného majetku, a navýšením zisku. Cestovní kancelář Sunny Days vykazala téměř nulové hodnoty ziskovosti, které mohly vést k současné situaci této společnosti. Cestovní kancelář Vítkovice Tours vykázala v roce 2008 zisk o polovinu menší v porovnání s předchozím. Pokud by tento rapidní pokles pokračoval, hrozilo by této cestovní kanceláři ohrožení životaschopnosti.

Veškeré společnosti by se měly snažit o dosažení co nejvyšších hodnot v oblasti rentability neboli ziskovosti, neboť vypovídají o efektivnosti hospodaření.

Obr. 5.6 Vývoj rentability vlastního kapitálu zvolených cestovních kanceláří

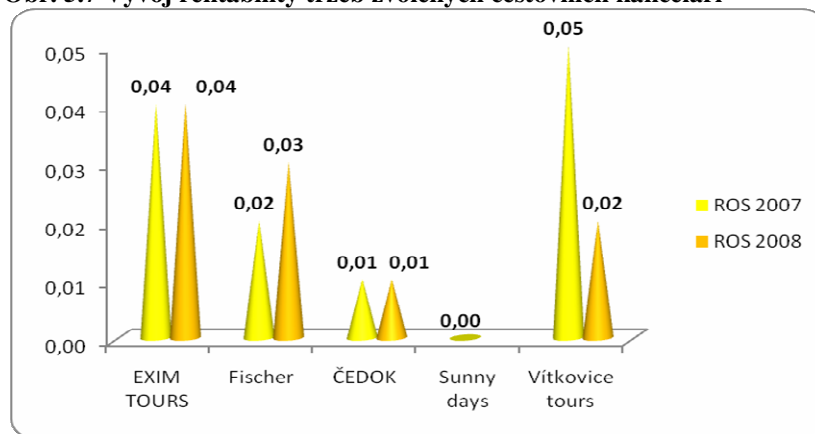


Zdroj: vlastní

Nejlépe si v této oblasti ve zvolených letech vedla cestovní kancelář EXIM TOURS. Pokles v roce 2008, byl zapříčiněn nárůstem vlastního kapitálu, především nerozděleného

zisku. Cestovní kancelář Fischer nevykázala v porovnávaných letech téměř žádnou změnu. U cestovní kanceláře ČEDOK lze z grafu vidět vzrůst tohoto ukazatele o 0,5, za což mohlo navýšení zisku a vlastního kapitálu. Cestovní kancelář dosahovala i v tomto ukazateli nulové hodnoty. U společnosti Vítkovice tours lze vypočítat propad ukazatele ROE na hodnotu 0,04, za což mohlo především klesnutí zisku o polovinu a vzrůst vlastního kapitálu.

Obr. 5.7 Vývoj rentability tržeb zvolených cestovních kanceláří



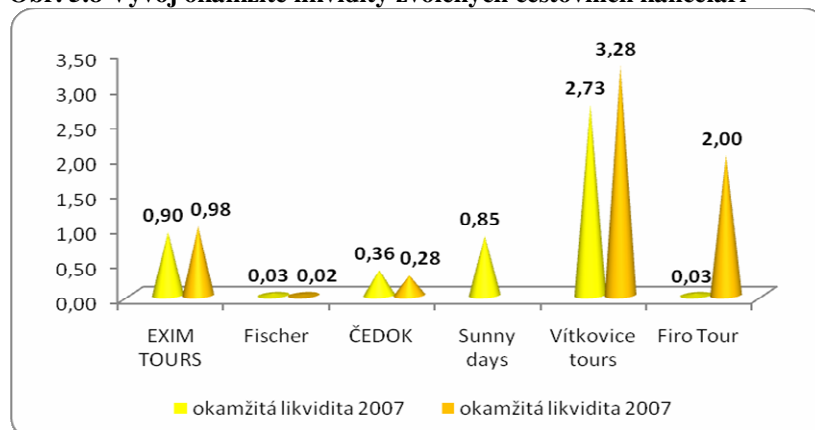
Zdroj: vlastní

Nejlepší rentability neboli ziskovosti tržeb dosáhla v roce 2007 cestovní kancelář Vítkovice Tours, ovšem o rok později ji tento ukazatel klesl o více než o polovinu. Cestovní kancelář EXIM TOURS dosahovala oproti poměřovaným cestovním kancelářím dobrých výsledků, které si udržela oba dva sledované roky. Tento trend by se měla snažit cestovní kancelář EXIM TOURS udržet.

Zvýšení ziskovosti tržeb u cestovní kancelář Fischer bylo díky zvýšení zisku v porovnání s předešlým rokem. U ČEDOKU je možné z grafu sledovat nulovou změnu ukazatele ROS. Cestovní kancelář Sunny Days opět dosáhla nulových hodnot a u cestovní kanceláře Vítkovice Tours lze spatřit dynamický pád, který byl vyvolán velkým poklesem zisku. Pokud tato cestovní kancelář bude pokračovat v poklesu tímto tempem, hrozil by možný zánik.

V tomto i předchozích případech jsem změny vývoje charakterizovala na základě položek obsažených v příslušných vzorcích.

Obr. 5.8 Vývoj okamžité likvidity zvolených cestovních kanceláří



Zdroj: vlastní

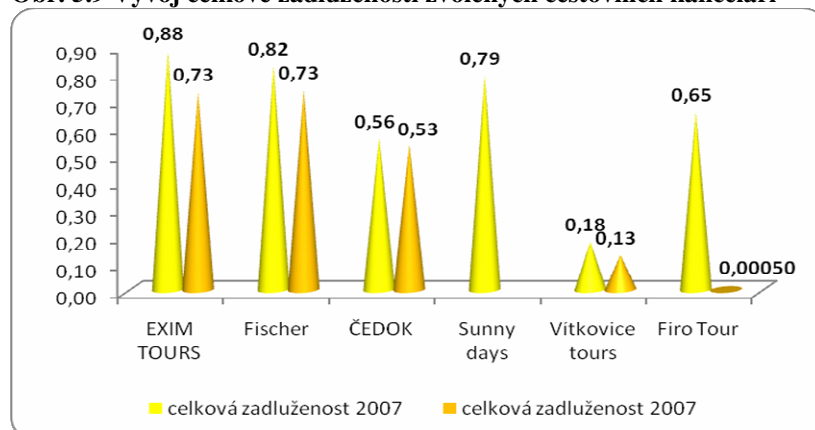
Tento ukazatel nám objasňuje, zda je společnost schopna splatit své krátkodobé závazky ze svého krátkodobého finančního majetku. Tímto majetkem rozumíme peníze v pokladně, na bankovních účtech či peníze, které společnost vlastní prostřednictvím držení cenných papírů.

Optimální výsledky okamžité likvidity by se měly pohybovat v rozmezí hodnot 0,2 – 0,5. Pokud jsou hodnoty vyšší než tato stanovaná hranice, drží až moc hotovosti, které společnosti nepřináší nové zisky. V případě, že výsledná hodnota je nižší než 0,2, není společnost schopna hradit své dluhy a ztrácí důvěru u svých dodavatelů.

Cestovní kancelář EXIM TOURS v obou letech vázala příliš mnoho finančních prostředků ve svém finančním majetku, které mohla investovat a získané prostředky z těchto investic mohla vložit do rozvoje podniku. Výsledky cestovní kanceláře Fischer poukázaly na to, že společnost se může stát v budoucnu nesolventní.

ČEDOK vykazoval ukazatele okamžité likvidity ve stanovených hranicích, avšak v roce 2008 byl výsledek téměř na spodní hranici optimálnosti. Cestovní kancelář Sunny Days byla v roce 2007 platebně schopná, ovšem nebyla zisková. Okamžitá likvidita společnost Vítkovice Tours byla vysoká, dokonce několikanásobně převyšovala doporučené meze. Kdyby tyto vázané finanční prostředky investovala, mohla z nich získat další finance, tudíž by narostl i zisk a s tím spojená rentabilita. U cestovní kanceláře Firo Tour je patrné, že v roce 2007 nepatřila mezi likvidní společnosti. Následující rok už držela příliš finančních prostředků.

Obr. 5.9 Vývoj celkové zadluženosti zvolených cestovních kanceláří



Zdroj: vlastní

Optimální zadluženost by se měla u společností vyskytovat v rozmezí hodnot 0,4 – 0,6. Pokud by výsledná hodnota byla nad uvedenou mez, znamenalo by to, že společnost je předlužená. Tento případ předluženosti se týká zvláště cestovní kanceláře EXIM TOURS. Tato společnost dosáhla nejvyšších hodnot, které navíc překračovaly stanovenou hranici optimální zadluženosti. Vysoká zadluženost může vést k situaci, že společnost nebude schopna splácet úroky plynoucí z cizích zdrojů. Cestovní kancelář Fischer má obdobný vývoj těchto ukazatelů jako předchozí, avšak s tím rozdílem, že v roce 2007 dosáhla menší hodnoty zadluženosti. Optimální zadluženosti dosahuje cestovní kancelář ČEDOK, u které lze spatřit klesající trend vývoje zadluženosti. Vysoká zadluženost Sunny Days, s hodnotou 0,79, mohla přispět k zániku této společnosti. Nízkými hodnotami zadluženosti se potýkala cestovní kancelář Vítkovice Tours, která financovala převážnou část svých potřeb za pomoci vlastních zdrojů. Z grafu 5.9 je vidět rapidní pokles ukazatele zadluženosti u cestovní kanceláře Firo Tour. Tato společnost dosahovala v roce 2007 zadluženosti nad doporučenou hranici, v následujícím roce zadlužení téměř neexistovalo.

5.6 Vyhodnocení zrealizovaného výzkumu

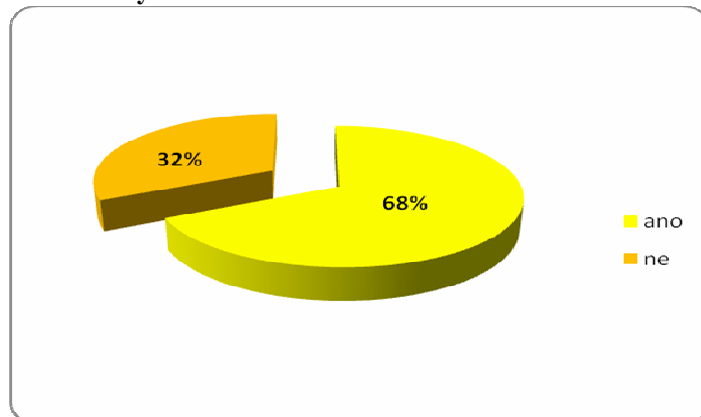
Na základě vyhodnocení dotazníků, získaných ze stran respondentů, jsem vytvořila za pomoci datové matice následující grafy. V této části jsem uveřejnila grafy, které jsem shledala mnou za nejdůležitější. Zbylé grafy jsem uvedla do přílohy H. Zveřejněné grafy jsem si rozdělila do jednotlivých sledovaných oblastí.

5.6.1 Využívání služeb cestovních kanceláří

V této podkapitole diplomové práce jsem hodlala zjistit, jakou mírou respondenti využívají služeb cestovních kanceláří, tedy zda cestují prostřednictvím těchto společností.

Z grafu 5.10 vyplývá, že 68 % respondentů využívá těchto služeb, zbylých 32 % realizuje cestování za pomoci svého úsilí. Respondenti využívající služeb cestovních kanceláří zřejmě preferují strávení své dovolené bez starostí spojených se zařizováním.

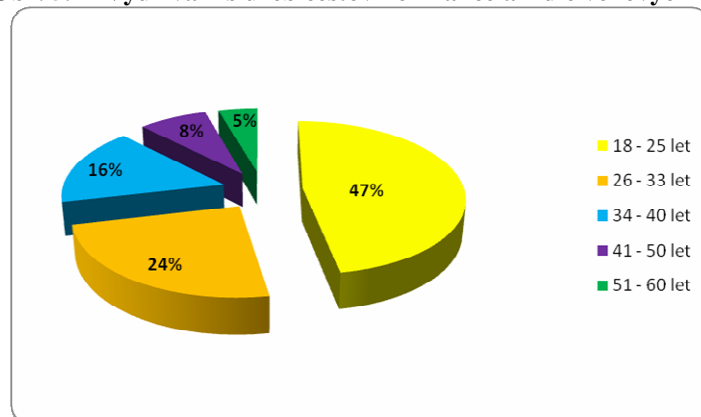
Obr. 5.10 Využívání služeb cestovních kanceláří



Zdroj: vlastní

Využívání služeb cestovních kanceláří jsem se dále rozhodla porovnat s věkovými kategoriemi zúčastněných respondentů. Mým prioritním cílem bylo zjistit, u jaké věkové kategorie jsou tyto služby nejvíce žádány.

Obr. 5.11 Využívání služeb cestovních kanceláří dle věkových kategorií



Zdroj: vlastní

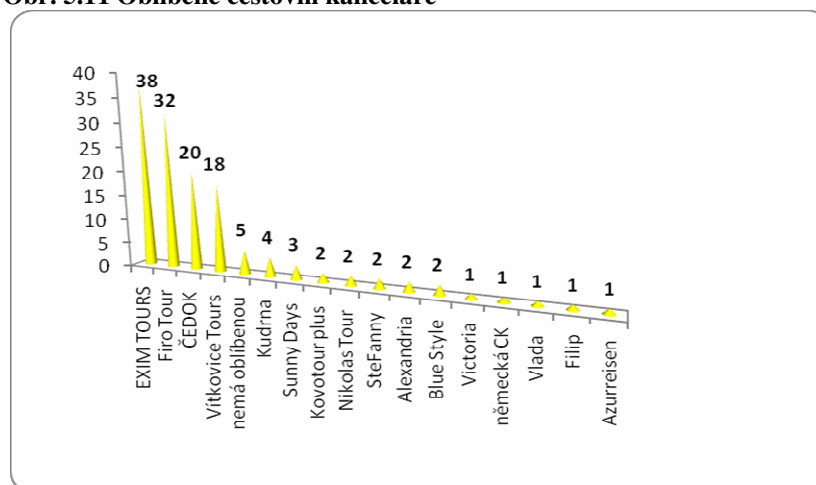
Cestovní kanceláře jsou nejvíce využívány osobami ve věku 18 – 25 let. Domnívám se, že tito respondenti nejvíce dbají na to, aby byla jejich dovolená bezstarostná a aby bylo vše dle jejich představ. Druhou nejpočetnější skupinou využívající těchto služeb jsou osoby spadající do věkové kategorie 26 – 33 let. Za ní se řadí osoby ve věku 34 – 40 let. Tyto osoby jsou charakteristické svým rodinným zázemím s dětmi. Pro tyto rodiny je snadnější vycestovat za pomoci cestovní kanceláře. Navíc řada společností nabízí těmto rodinám slevy či pobyt dítěte zdarma. Nejméně početnými kategoriemi jsou ve věku 41 – 50 let a 51 – 60 let.

Služeb cestovních kanceláří využívají především aktivnější osoby, v této věkové kategorii, vyhledávající relax a odpočinek.

5.6.2 Preference u cestovních kanceláří

Níže uvedený graf 5.11 vyobrazuje výsledky vztahující se k oblíbenosti cestovních kanceláří. Mezi nejoblíbenější cestovní kanceláře patří dle výzkumu, cestovní kancelář EXIM TOUS, následně cestovní kancelář Firo Tour. Menší počet dosáhly cestovní kanceláře, které se řadí mezi menší společnosti anebo mezi společnosti působící pouze regionálně. Tato výsledná oblíbenost může být důsledkem spokojenosti s danými cestovními kancelářemi, které jsem zohlednila v pozičních mapách, náležící do kapitoly 5.4. U jednotlivých pozičních map jsou znázorněny faktory, u kterých respondenti hodnotili spokojenost s těmito prvky. Spokojenost je pro zákazníka velmi důležitá, tudíž by měly společnosti dbát na to, aby u nich byl zákazník se vším spokojen a aby jejich služeb dále využíval a podával kladné reference svým přátelům a rodině.

Obr. 5.11 Oblíbené cestovní kanceláře

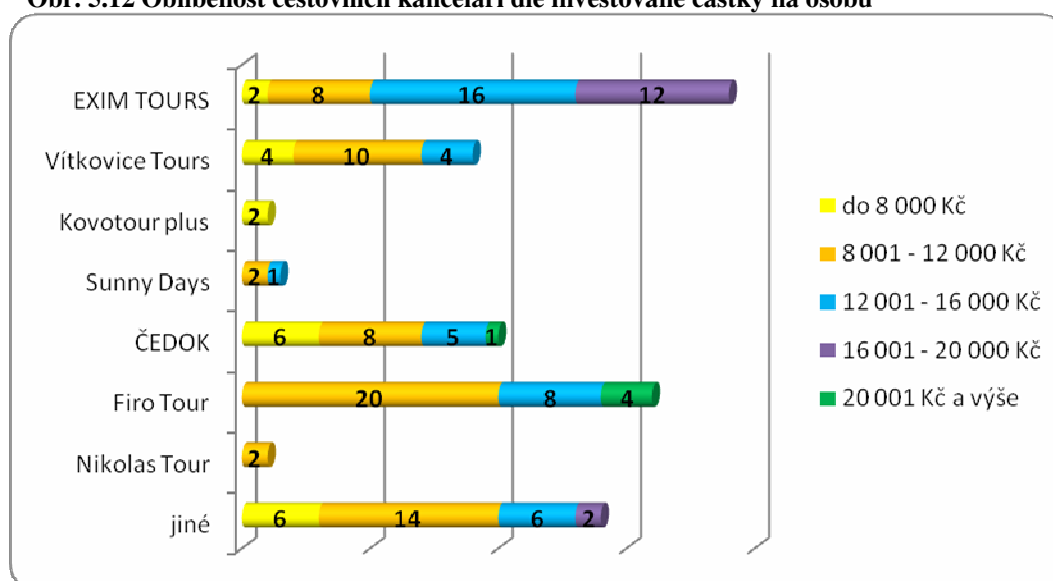


Zdroj: vlastní

Snažila jsem se také o vyhodnocení preferencí cestovních kanceláří dle finančních nákladů na jednu osobu, kterou zamýšlejí zákazníci vynaložit. Z grafu vzešlo, že respondenti hodlají investovat částku do 8 000 Kč především u cestovních kanceláří ČEDOK, Vítkovice Tours a u menších cestovních kanceláří. Z pohledu ČEDOKU se jedná patrně o pobyty v České republice, které nejsou tak finančně náročné jako přímořské pobyty. U Vítkovice Tours je tento jev zapříčiněn nabídkou služeb pouze do destinací Chorvatska a Černé Hory. Tyto destinace jsou charakteristické nižšími peněžními částkami. Vynaložení částky od 8 001 do 12 000 Kč je největší mírou zastoupeno u cestovní kanceláře Firo Tour. Tato společnost se snaží o přilákání co největšího počtu klientů, tudíž má ve své nabídce

i destinace charakteristické v současnosti nízkou finanční náročností. Z mého pohledu bych mezi ně zařadila především Bulharsko a Itálii. Investování částky ve výši 12 001 až 16 000 Kč, nejvíce obětují respondenti u nichž je oblíbenou cestovní kancelář EXIM TOURS. Tato cestovní kancelář se totiž zaměřuje oproti konkurenčním především na exotičtější místa, které jsou tím pádem více nákladnější. Nad 20 001 Kč a výše, jsou respondenti ochotni vynaložit u společnosti Firo Tour. Nabízí, také jako EXIM TOURS, zájezdy orientované do Asie, Austrálie a Ameriky. Veškeré částky jsou odvozeny od cílové destinace, kvality služeb a poskytovaných doprovodných služeb.

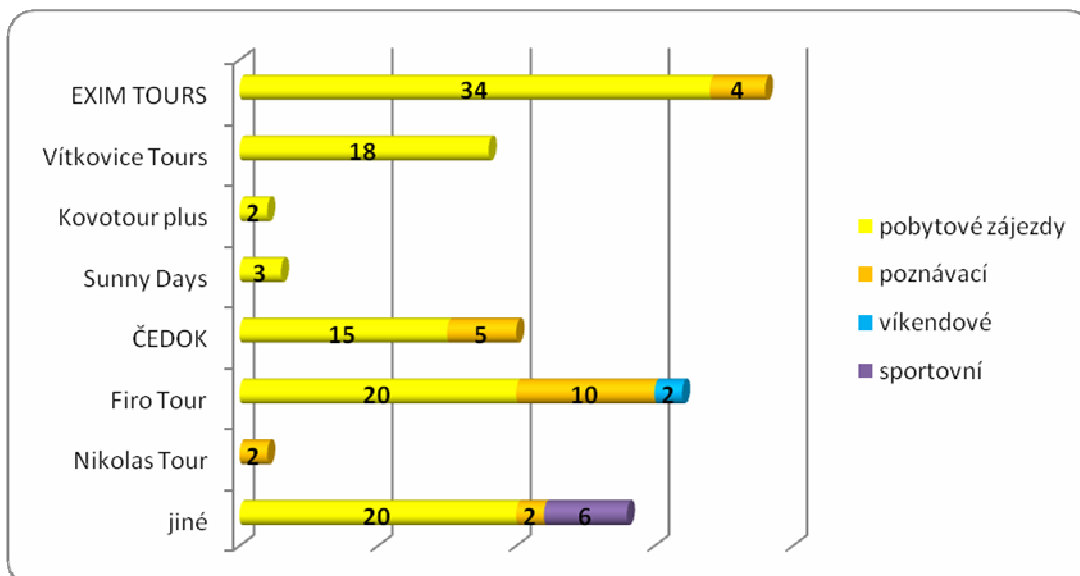
Obr. 5.12 Oblíbenost cestovních kanceláří dle investované částky na osobu



Zdroj: vlastní

Dalším mým zájmem bylo zjistit, jakou formu zájezdu využívají respondenti u svých oblíbených cestovních kanceláří. Největší zájem je o pobytové zájezdy, což lze spatřit z grafu 5.13. Tento zájem lze pozorovat u všech vyobrazených cestovních kanceláří. Největší zájem o pobytové zájezdy je u cestovní kanceláře EXIM TOURS. Poznávací zájezdy respondenti využívají nejčastěji u cestovní kanceláře Firo Tour, která nabízí poznání měst a států ve všech kontinentech. Tuto obsáhlou nabídku poznávacích zájezdů, navíc doplňují víkendové pobyty, které jsou u této společnosti rovněž preferovány s porovnáním konkurenčních. U menších cestovních kanceláří jsou požadavany pobyty se sportovní tematikou. Tyto cestovní kanceláře jsou zaznamenány v grafu 5.11 týkající se oblíbenosti cestovních kanceláří. Jedná se obzvláště o cestovní kancelář Kudrna, která tyto pobyty nabízí sportovně aktivním klientům.

Obr.5.13 Preference cestovních kanceláří dle typu zájezdu

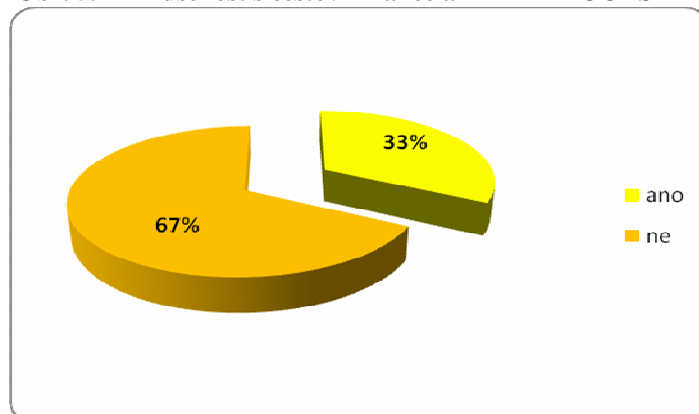


Zdroj: vlastní

5.6.3 Známost cestovní kanceláře EXIM TOURS

Tuto podkapitolu jsem zaměřila na to, zda respondenti někdy využili služeb EXIM TOURS a odkud se o této cestovní kanceláři dozvěděli.

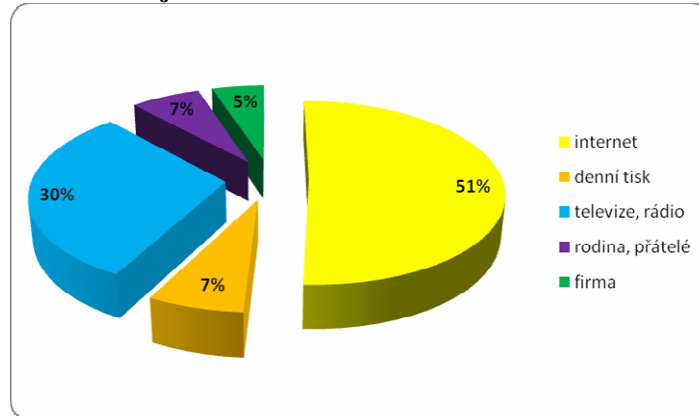
Obr. 5.14 Zkušenost s cestovní kanceláří EXIM TOURS



Zdroj: vlastní

Služeb cestovní kanceláře EXIM TOURS, využilo z celkového počtu 262 respondentů, 33 % dotázaných. Výsledek mohl být ovlivněn velkou konkurencí na trhu cestovních kanceláří. Rozsáhlá síť cestovních kanceláří často osoby dostává do problémových situací spojených s výběrem cestovní kanceláře.

Obr. 5.15 Zdroj informací o cestovní kanceláři EXIM TOURS



Zdroj: vlastní

O cestovní kanceláři EXIM TOURS se respondenti dozvěděli nejčastěji prostřednictvím internetu. Tato společnost využívá na internetu rozsáhlé propagace s využitím bannerů, webových stránek a inzerce na serverech týkající se cestování. Druhým nejčastějším komunikačním nástrojem je televize a rádio. EXIM TOURS využívá reklamy v těchto masmédiích hlavně za pomoci reklamních klipů. Nejméně se dozvěděli o této společnosti prostřednictvím svých zaměstnavatelů, u kterých jsou zaměstnáni.

6. Návrhy a doporučení

Kapitolu zaměřenou na návrhy a doporučení jsem směřovala ke zvýšení konkurenceschopnosti cestovní kanceláře EXIM TOURS. Veškeré tyto náměty vyplývají z uskutečněného marketingového výzkumu a aplikace vybraných metod a modelů. Doporučení se budou týkat především slabých stránek společnosti, kterých by mohly v budoucnu využít konkurenční cestovní kanceláře ve svůj prospěch.

Nabídka zájezdů

Cestovní kanceláři EXIM TOURS chybí v nabídce zájezdy s programovou náplní. Tyto zájezdy se nyní těší velké oblibě a konkurenční společnosti, které tyto zájezdy nabízejí mají oproti EXIM TOURS v této oblasti konkurenční výhodu. Proto by cestovní kancelář měla zvážit zavedení těchto typů zájezdů do své nabídky. Jedná se převážně o zájezdy spojené se sportem (cyklistika, horolezectví, vysokohorská turistika) anebo zájezdy sestavené jako zážitkové balíčky. V nabídce chybí také krátkodobé poznávací zájezdy, které by určitě ocenili lidé, kteří nemají možnost vycestovat na delší dobu. Z dotazníkového šetření mi rovněž vyplunulo, že by zákazníci uvítali změnu letecké společnosti, kterou využívá EXIM TOURS do Turecka.

Cestovní kancelář by se měla rovněž zabývat věkovou kategorií svých klientů, na kterou by měl brát ohled při sestavování své nabídky. Vhodné by bylo vhodné označení zájezdů dle jednotlivých segmentů. U mladých klientů by se cestovní kancelář měla zaměřit na aktivní pobyty spojené se zábavou, adrenalinem a širokým výběrem doplňkových aktivit. U rodin s dětmi navrhuji cestovní kanceláři EXIM TOURS nabízet zájezdy, které budou zahrnovat programy pro děti a pláže vhodné pro děti. Pro starší osoby by bylo vhodné označení zájezdů, u kterých je blízká dostupnost k moři a do centra. Vše by se mělo projevit také v marketingové strategii týkající se propagace. Pro jmenované segmenty by bylo vhodné navrhnout odlišné marketingové kampaně.

Cena

V oblasti cen, bych navrhovala mírné snížení pobytových cen, které by vedlo k přiblížení se k větší skupině zákazníků. Slevy, které cestovní kancelář EXIM TOURS poskytuje svým klientům, se týkají širokého okruhu osob. Tyto slevy bych doporučovala ponechat, popřípadě doplnit o nové, neboť tyto cenové zvýhodnění jsou lákadlem ke zvolení

této společnosti. Nový typ slevy by se mohl týkat věrných zákazníků, kteří využívají služeb této cestovní kanceláře pravidelně každým rokem. Těchto klientů by si měl EXIM TOURS vážit a poskytnout jim odpovídající slevu či poskytnutí zvolené doplňkové služby zdarma, např. ve formě parkování na letišti bez poplatku.

Pro získání si většího počtu zákazníků bych navrhovala zavést službu, která by umožnila získání slevové poukázky při dovedení nového klienta, který se rozhodne využít služeb této cestovní kanceláře. Tato akce by se týkala pouze věrných klientů, jelikož mohou poddat svým známým či rodině nejdůvěryhodnější reference. Výše slevy by byla vždy jednorázová a věrný klient by ji mohl uplatnit vždy v daném roce z konečné ceny zájezdu.

U otázky zaměřené na případné změny u cestovní kanceláře EXIM TOURS, respondenti rovněž poukázali, na uvítání v podobě možnosti zaplacení celkové částky vybraného zájezdu prostřednictvím poukázek typu Flexi Pass.

Personál

Cestovní kancelář EXIM TOURS zaměstnává vyškolený a odborný personál, který je vždy ochoten pomoci zákazníkovi s výběrem a poskytnout mu případně doplňující rady a informace. Z výsledných hodnot marketingového šetření jsem zjistila, že respondenti, kteří využili služeb této cestovní kanceláře, jsou s personálem velmi spokojeni. Spokojenost se týkala jejich odbornosti i chování. I když podle výsledků nepatří tyto faktory mezi důležité, radím cestovní kanceláři aby dbala a trvala na současné kvalitě personálu.

Propagace

Ke zvýšení povědomosti využívá cestovní kancelář EXIM TOURS dostatek nástrojů spadajících do této sféry. Před začátkem letní i zimní sezóny lze spatřit posílení jednotlivých prvků propagace – bannery, billboardy, televizní a tištěná reklama aj. Dle mého uvážení, se mi jeví tato forma propagace, jako dobrá. Není pokryta pouze na jednom místě a není využíván pouze jeden prostředek. Proto doporučuji takto setrvávat.

Nejvíce informací o této cestovní kanceláři získali respondenti prostřednictvím internetu. Propagaci na webových stránkách by měl EXIM TOURS udržovat nadále, neboť čím dál tím více domácností využívá právě tuto formu ke zjišťování informací. Mezi nejméně častými zdroji informací byl vyhodnocen také denní tisk. Tuto formu bych

navrhovala zkorigovat. Tiskoviny jsou v poslední době přehlcneny reklamami a čtenáři se v nich mnohdy ztrácí. Mnohdy jim nevěnují ani pozornost.

Společnost využívá ke své propagaci i sociálních sítí, mezi které patří i Facebook. Uvádí zde své akční nabídky, aktuální informace a informace o daných destinacích. Bohužel počet účastníků není vysoký. Doporučuji k vyšší informovanosti o tom, že se společnost nachází i na Facebooku. Tuto informaci by mohla být uveřejněna na webových stránkách cestovní kanceláře. Motivací pro přidání se do této skupiny by mohla být soutěž o zájezd EXIM TOURS.

Důraz by měl být kladen také na jednotlivé destinace, které má cestovní kancelář v nabídce. Jednotlivé destinace bych rozdělila na oblíbené a na exotické. U oblíbených zájezdů bych navrhovala propagaci jednotlivých destinací, ať už z pohledu nízkých cen či vysoké atraktivnosti cílového místa. U exotických míst bych se zaměřila na výhody těchto zájezdů a přiblížení těchto destinací široké veřejnosti.

Finanční situace

Z pohledu finanční analýzy, kterou jsem vypracovala v aplikační části této práce, jsem vyhodnotila neuspokojivými ukazatele likvidity a zadluženosti. Společnost dosahuje vysokých hodnot u obou těchto ukazatelů, jež přesahují optimální hranice. EXIM TOURS držel v roce 2007 a 2008 nadbytek finančních prostředků. Doporučila bych tyto prostředky investovat, například na burze cenných papírů anebo do rozsáhlejší propagace. Z držení peněz totiž nemá společnost žádný užitek a přichází tím pádem o ušlé peníze či o lepší výkony spojené s marketingovým mixem.

V roce 2007 a 2008 vykazovala cestovní kancelář EXIM TOURS vysoké zadluženosti. Tento jev by měla cestovní kancelář v co nejbližší době snížit do stanových hodnot. A to prostřednictvím splacení úvěrů a svých závazků u dodavatelů.

U ostatních ukazatelů, tedy rentability aktiv, vlastního kapitálu a tržeb, by bylo vhodné v tomto trendu pokračovat a udržet si co nejvyšší hodnoty, především u ukazatele tržeb.

7. Závěr

Cílem diplomové práce bylo zjistit, zda je cestovní kancelář EXIM TOURS na trhu konkurenceschopná, jaké jsou její konkurenční výhody a jaké změny by mohla provést ke zlepšení její konkurenční síly.

V teoretické části jsem se zabývala odvětvím cestovního ruchu. Následně jsem se věnovala jednotlivým prvkům marketingového mixu a vybraným metodám sloužícím k analýze konkurenceschopnosti.

V další kapitole jsem charakterizovala cestovní kancelář EXIM TOURS. Věnovala jsem se především představení společnosti, dosažených výsledků, ocenění, nabídce zájezdů, doprovodných služeb a slev.

K dosažení stanoveného cíle jsem uskutečnila marketingový výzkum pomocí dotazníku. Dotazník obsahoval otázky týkající se oblíbenosti cestovních kanceláří a destinací, vynaložení investic spojených s dovolenou, ale také důležitost a spokojenost s vybranými prvky související se zájezdovou činností. Kromě dotazníkového šetření jsem rovněž využila Pollakův model, poziční mapy a finanční analýzu. Tyto modely poukázaly na postavení vybraných cestovních kanceláří v různých oblastech. Na základě těchto výsledků jsem vytvořila několik návrhů a doporučení, které by měly vést ke zlepšení tržního postavení a dopomoci k vyšší konkurenceschopnosti.

Výsledky dotazníkového šetření poukázaly na fakt, že mezi oblíbené cestovní kanceláře oslovených respondentů patří EXIM TOURS, Firo Tour a ČEDOK. Výběr Firo Tour může být důsledkem obdobné nabídky jako EXIM TOURS, ovšem za nižší ceny. Cestovní kancelář ČEDOK je naopak známou svou dlouholetou tradicí a kvalitou. Překvapivým výsledkem bylo zjištění počtu oslovených respondentů, kteří již využili služeb této společnosti. I když konkurence na trhu je vysoká, služeb cestovní kanceláře EXIM TOURS využilo 33 % dotázaných. Respondenti jsou u EXIM TOURS nejvíce spokojeni s nabídkou zájezdů, které jsou pro ně u této cestovní kanceláře prioritní. Management by se měl zaměřit na prvky, s kterými jsou respondenti nespokojeni. Jedná se o ceny služeb a poskytované slevy. Klienti by mohli začít využívat služeb jiné cestovní kanceláře, která

nabízí obdobné zájezdy za nižší ceny. V současné ekonomické situaci, kdy řada obyvatel je bez práce, by se tento fakt mohl brzy naplnit.

Pollakův model, který jsem využila pro stanovení nejvíce konkurenceschopné společnosti, vyhodnotil jako nejvíce konkurenceschopnou cestovní kancelář právě EXIM TOURS. Porovnávala jsem zde oblasti zaměřené na finanční analýzu, spokojenost, dostupnost, zákazníky a doprovodné služby. Společnost se v celkovém vyhodnocení jeví jako zdravá a není vystavena žádnému ohrožení.

Vyhotovená finanční analýza poukázala na fakt, že EXIM TOURS nabýval v ukazatelích rentability nejvyšších hodnot, což bylo jistou konkurenční výhodou oproti ostatním. EXIM TOURS měl tedy dobrou finanční situaci. Jednalo se o ukazatele rentability aktiv, vlastního kapitálu a tržeb. Snahou všech společností je dosahovat co nejvyšších hodnot v této oblasti.

Po posouzení těchto výsledků jsem navrhla cestovní kanceláři EXIM TOURS několik doporučení, které ji mohou pomoci ke zlepšení současné situace na trhu a ke zvýšení spokojenosti zákazníků. Jedná se hlavně o zařazení zájezdů s programovou náplní do nabídky cestovní kanceláře. Rovněž jsem navrhla rozšíření nabídky o krátkodobé poznávací zájezdy, které by trvaly zhruba 3 dny. V oblasti cen bych navrhovala nepatrné snížení, které by mohlo nalákat nové klienty. Pro stálé klienty bych vytvořila věrnostní program, který by jim přinášel výhody. Jednalo by se například o jednorázové procentuální slevy každým rokem anebo poskytnutí vybrané doplňkové služby zdarma. Mimo jiné bych využila darování slevových poukázek klientům, kteří dovedou do pobočky cestovní kancelář EXIM TOURS, nového klienta. Propagaci bych doporučovala zachovat na stejné úrovni, se snahou navýšit počet členů ve skupině EXIM TOURS, která je částí Facebooku. Přínosem tohoto členství, je komunikace mezi členy navzájem, a podílení se o své zkušenosti s touto cestovní kanceláří. Motivací, k přidání do této skupiny, by mohla být výhra zájezdu od EXIM TOURS.

Mezi hlavní konkurenční výhody cestovní kanceláře EXIM TOURS patří široká nabídka zájezdů, ochotný a odborný personál, s kterým jsou zákazníci spokojeni. Tyto atributy dodávají této společnosti jedinečnost na trhu.

Seznam použité literatury

Knihy

- [1] BLAŽKOVÁ, M. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 278 s. ISBN: 978-80-247-1535-3
- [2] ČICHOVSKÝ, L. *Marketing konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha: Radix, 2002. 270 s. ISBN: 80-86031-35-7
- [3] DROBNÁ, D, MORÁVKOVÁ, E. *Cestovní ruch pro střední školy a veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. 205 s. ISBN: 80-7168-901-7
- [4] EVANS, N., CAMPBELL, D., STONEHOUSE, G. *Strategic management for travel and tourism*. United Kingdom : Elsevier Science & Technology, 2002. 420 s. ISBN 9780750648547.
- [5] GRÜNWALD, R., HOLEČKOVÁ, J. *Finanční analýza a plánování podniku* [Grünwald, 2007]. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2007. 318 s. ISBN: 978-80-86929-26-2
- [6] HORNER, S., SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času – Aplikovaný marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 488 s. ISBN: 80-247-0202-9
- [7] JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009. 288 s. ISBN: 978-80-247-3247-3
- [8] JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ M. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 179s. ISBN: 80-7169-995-0
- [9] KIRÁLOVÁ, A. *Marketing destinace cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN: 80-86119-56-4

- [10] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing [Kotler, 2004]*. Praha: Grada Publishing, 2004. 855s. ISBN: 80-247-0513-3
- [11] KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum : nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 277 s. ISBN: 80-247-0996-X
- [12] MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku: konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 198 s. ISBN: 80-247-1277-6
- [13] PALÁTKOVÁ, M. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu : jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 341 s. ISBN: 80-247-1014-5
- [14] POLLAK, H. *Jak obnovit životaschopnost upadajících podniků*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2003. 122 s. ISBN: 80-7179-803-7
- [15] PORTER, M. E. *Konkurenční strategie : metody pro analýzu odvětví a konkurentů*. Praha: Victoria Publishing, 1994. 403 s. ISBN: 80-85605-11-2
- [16] RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza : metody, ukazatele, využití v praxi [Růčková, 2008]*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 120 s. ISBN: 978-80-247-2481-2
- [17] SPÁČIL, V. *Business marketing : sylaby a případové studie*. 1. vyd. Ostrava: Repronis, 2004. 102 s. ISBN: 80-7329-058-8
- [18] TOMEK, G., VÁVROVÁ V. *Jak zvýšit konkurenční schopnost firmy*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2009. 240 s. ISBN: 978-80-7400-098-0

Internetové zdroje

- [19] *EXIMtours* [online]. 2009 [cit. 2010-02-24]. EXIMtours. Dostupné z WWW: <www.eximtours.cz>.

- [20] *Justice.cz* [online]. 2010-03-01 [cit. 2010-03-01]. Obchodní rejstřík a výpis listin. Dostupné z WWW: <<http://portal.justice.cz/justice2/Uvod/Uvod.aspx#>>.
- [21] *DOVOLENÁ 2010 FIRO-tour* [online]. 2010 [cit. 2010-02-25]. O nás / FIRO-tour a.s. Dostupné z WWW: <<http://www.firotour.cz/>>.
- [22] *ČEDOK/last minute/pobytové i poznávací zájezdy/dovolená v zahraničí i tuzemsku* [online]. 2010 [cit. 2010-04-09]. O společnosti/ČEDOK a.s. Dostupné z WWW: <www.cedok.cz>.
- [23] *Dovolená ON-LINE/Sunny Days spol. s r.o.* [online]. 2010 [cit. 2010-02-25]. Dovolená ON-LINE/Informace o nás/Sunny Days spol. s r.o. Dostupné z WWW: <www.sunnydays.cz>.
- [24] *Dovolená a zájezdy last minute od cestovní kanceláře FISCHER* [online]. 2005 [cit. 2010-02-25]. O společnosti FISCHER. Dostupné z WWW: <www.fischer.cz>.
- [25] *CK VÍTKOVICE TOURS - last minute dovolená Chorvasko a Černá Hora 2010, relaxační dovolená* [online]. 2009 [cit. 2010-02-25]. CK VÍTKOVICE TOURS - last minute dovolená Chorvasko a Černá Hora 2010, relaxační dovolená. Dostupné z WWW: <www.ckvt.cz>.
- [26] Zdroj: *Dovolená se Zájezdy.cz - široká nabídka zájezdů, prověřené cestovní kanceláře, last moment dovolená* [online]. 2003 [cit. 2010-03-28]. Cestovní kanceláře - dovolená a zájezdy od renomovaných českých CK. Dostupné z WWW: <<http://www.cestovni-kancelare.cz/>>.
- [27] *Turecko.cz* [online]. 2010-02-25 [cit. 2010-02-25]. Památky/turecko.cz. Dostupné z WWW: <www.turecko.cz>.
- [28] <http://ekonomika.idnes.cz/>
- [29] Asociace českých cestovních kanceláří a agentur
<http://www.accka.cz>

Seznam použitých zkratek

aj.	a jiný
apod.	a podobně
a. s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
CK	cestovní kancelář
č.	číslo
ČR	Česká republika
ČSA	České aerolinie
HDP	hrubý domácí produkt
kap.	kapitola
Kč	koruna česká
km	kilometr
mld	miliarda
např.	například
obr.	obrázek
ROA	rentabilita aktiv
ROE	rentabilita vlastního kapitálu
ROS	rentabilita tržeb
Sb.	sbírka
str.	strana
tab.	tabulka
tzn.	to znamená
tzv.	takzvaný
USA	Spojené státy americké

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 30.4.2010

.....
Bc. Lucie Chmelová

Adresa trvalého pobytu studenta:

Marie Majerové 1693/3
708 00 OSTRAVA-PORUBA

Seznam příloh

- A** Dotazník
- B** Výpočty Pollakova modelu
- C** Výpočty spokojenosti a důležitosti pozičních map
- D** Výpočty finanční analýzy pro rok 2007
- E** Výpočty finanční analýzy pro rok 2008
- F** Účetní výkazy roku 2007 – rozvaha, výkaz zisku a ztrát
- G** Účetní výkazy roku 2008 – rozvaha, výkaz zisku a ztrát
- H** Grafy vytvořené z marketingové šetření
- I** Obrázky z katalogu léto 2010

Příloha A

Dotazník

Dobrý den,

obracím se na Vás s prosbou týkající se vyplnění tohoto dotazníku, který je zaměřen na **získání informací ohledně postavení cestovní kanceláře EXIM TOURS, a. s. na trhu.**

Získané informace jsou anonymní a poslouží výhradně k vypracování diplomové práce. Vámi vybrané odpovědi **zakřížkujte**. Vždy je možno vybrat jen **jednu** odpověď, pokud není uvedeno jinak

Děkuji Vám za strávený čas a ochotu.

Bc. Lucie Chmelová,
studentka 5.ročníku Marketing a obchod, EKF Ostrava

1. Trávíte svůj volný čas cestováním?

1.1. ☐ Ano

1.2. ☐ Ne

2. Využíváte služeb cestovních kanceláří?

2.1. ☐ Ano

2.2. ☐ Ne (přejděte na otázku č. 14)

3. Jak často využíváte jejich služeb?

3.1. ☐ 1x ročně

3.2. ☐ 2x ročně

3.3. ☐ jiná možnost, uveďte

4. Jaký typ zájezdu preferujete od cestovních kanceláří?

4.1. ☐ pobytové

4.2. ☐ poznávací

4.3. ☐ víkendové

4.4. ☐ wellness

4.5. ☐ jiná možnost, uveďte

5. Které zájezdové destinace patří mezi Vaše nejnavštěvovanější? (**vyberte max 3**)

5.1. ☐ Česká republika

5.7. ☐ Bulharsko

5.2. ☐ Slovenská republika

5.8. ☐ Španělsko

5.3. ☐ Chorvatsko

5.9. ☐ Turecko

5.4. ☐ Itálie

5.10. ☐ Tunisko

5.5. ☐ Řecko

5.11. ☐ jiná možnost, uveďte

5.6. ☐ Egypt

6. Kolik peněz investujete za osobu ,pokud se rozhodnete využít služeb cestovní kanceláře?

- 6.1. ☐ do 8.000 Kč
6.2. ☐ 8.001 – 12.000 Kč
6.3. ☐ 12.001 – 16.000 Kč
6.4. ☐ 16.001 – 20.000 Kč
6.5. ☐ více než 20.001 Kč

7. Kterou formu objednání zájezdu využíváte nejčastěji?

- 7.1. ☐ osobně v pobočce cestovní kanceláře
7.2. ☐ telefonicky
7.3. ☐ pomocí www

8. Která cestovní kancelář patří mezi Vaše oblíbené?

- 8.1. ☐ EXIM TOURS
8.2. ☐ Vítkovice Tours
8.3. ☐ Kovotour plus
8.4. ☐ Sunny Days
8.5. ☐ ČEDOK
8.6. ☐ Firo Tour
8.7. ☐ Nikolas Tour
8.8. ☐ jiná možnost, uveďte.....

9. Dle vašich zkušeností ohodnoťte spokojenost a důležitost s těmito prvky Vámi vybranou cestovní kancelář z předchozí otázky

(Uvádějte bodové ohodnocení na škále 1 – 5, 1- maximální, 5 –minimální)

	Spokojenost	Důležitost
Cena		
Nabídka zájezdů		
Doprava		
Chování personálu		
Odbornost personálu		
Poskytované slevy		

10. Využili jste někdy služeb cestovní kanceláře EXIM TOURS?

- 10.1. ☐ Ano
10.2. ☐ Ne (přejděte na otázku č.14)

11. Z jakých zdrojů jste se dozvěděli o cestovní kanceláři EXIM TOURS?

- 11.1. ☐ internet
11.2. ☐ denní tisk
11.4. ☐ televize, rádio
11.3. ☐ rodina, přátelé
11.5. ☐ jiné, uveďte

12. Dle vašich zkušeností ohodnoťte spokojenost s těmito prvky cestovní kanceláře EXIM TOURS. Přejděte na otázku č.13 pokud jste hodnotili EXIM TOURS v otázce č. 9.

(Zakřížkujte bodové ohodnocení na škále 1 – 5, 1- maximální 5 –minimální)

	1	2	3	4	5	
Cena		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nabídka zájezdů		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poskytované slevy		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Doprovodné služby		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chování personálu		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Odbornost personálu		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Postrádáte něco u cestovní kanceláře EXIM TOURS?

.....

14. Jak plánujete jet na příští dovolenou?

14.1. ☐ s EXIM TOURS

14.2. ☐ sám bez cestovní kanceláře

14.3. ☐ s jinou cestovní kanceláří, s jakou

15. Vaše pohlaví

15.1. ☐ Žena

15.2. ☐ Muž

16. Jaký je Váš měsíční příjem?

16.1. ☐ do 8.000 Kč

16.2. ☐ 9.000 – 15.000 Kč

16.3. ☐ 16.000 – 25.000 Kč

16.4. ☐ 26.000 – 30.000 Kč

16.5. ☐ 30.000 Kč a výše

17. Vaše věková kategorie?

17.1. ☐ 18 – 25 let

17.2. ☐ 26 – 33 let

17.3. ☐ 34 – 40 let

17.4. ☐ 41 – 50 let

17.5. ☐ 51 – 60 let

17.6. ☐ 61 let a výše

Příloha B

První oblast - finanční analýza

Ukazatel	Jednotky	Váha	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
ROA	%	0,20	0,12	x	0,07	0,04
ROE	%	0,30	0,49	x	0,12	0,04
ROS	%	0,15	0,04	x	0,01	0,02
celková zadluženost	%	0,25	0,73	0,001	0,53	0,13
okamžitá likvidita	x	0,10	0,98	2,00	0,28	3,28

Ukazatel	Jednotky	Váha	Nejlepší výsledek	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
ROA	%	0,20	0,12	0,20	x	0,12	0,07
ROE	%	0,30	0,49	0,30	x	0,07	0,02
ROS	%	0,15	0,04	0,15	x	0,04	0,08
celková zadluženost	%	0,25	0,001	0,00	0,25	0,00	0,00
okamžitá likvidita	x	0,10	3,28	0,03	0,06	0,01	0,10
součet	x	x	x	0,68	x	0,24	0,27
pořadí/body	x	x	x	1/22	4/1	3/8	2/16

Druhá oblast - spokojenost

Ukazatel	Jednotky	Váha	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
cena	x	0,30	2,25	2,08	2,36	2,40
nabídka zájezdů	x	0,25	2,00	1,76	1,90	2,10
doprava	x	0,20	2,42	2,24	1,95	2,50
chování personálu	x	0,15	1,94	1,80	1,72	1,70
odbornost personálu	x	0,06	1,94	1,96	1,86	2,20
poskytované slevy	x	0,04	2,15	2,68	2,36	2,30

Ukazatel	Jednotky	Váha	Nejlepší výsledek	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
cena	x	0,30	2,08	0,28	0,30	0,26	0,26
nabídka zájezdů	x	0,25	1,76	0,22	0,25	0,23	0,21
doprava	x	0,20	1,95	0,16	0,17	0,20	0,16
chování personálu	x	0,15	1,70	0,13	0,14	0,15	0,15
odbornost personálu	x	0,06	1,86	0,06	0,06	0,06	0,05
poskytované slevy	x	0,04	2,15	0,04	0,03	0,04	0,04
součet	x	x	x	0,89	0,95	0,94	0,86
pořadí/body	x	x	x	3/9	1/26	2/17	4/1

Třetí oblast - dostupnost

Ukazatel	Jednotky	Váha	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
počet poboček	ks	1,00	61	30	48	7

Ukazatel	Jednotky	Váha	Nejlepší výsledek	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
počet poboček	ks	1,00	61	1,00	0,49	0,79	0,11
pořadí/body	x	x	x	1./18	3./6	2./12	4./1

Čtvrtá oblast - zákazníci

Ukazatel	Jednotky	Váha	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
počet zákazníků	počet	0,4	235 000	140 000	218 000	34 712
spokojenost	x	0,6	2,12	2,09	2,03	2,2

Ukazatel	Jednotky	Váha	Nejlepší výsledek	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
počet zákazníků	počet	0,4	235 000	0,4	0,24	0,37	0,06
spokojenost	x	0,6	2,03	0,57	0,58	0,60	0,55
součet	x	x	x	0,97	0,82	0,97	0,61
pořadí/body	x	x	x	1./20	3./6	1./20	4./1

Pátá oblast – doprovodné služby

Ukazatel	Jednotky	Váha	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
celkový počet doprovodných služeb	ks	1	10	7	9	8

Ukazatel	Jednotky	Váha	Nejlepší výsledek	EXIM TOURS	Firo Tour	ČEDOK	Vítkovice Tours
celkový počet doprovodných služeb	ks	1	10	1	0,7	0,9	0,8
pořadí/body	x	x	x	1./14	4./1	2./9	3./4

Příloha C

Průměrné hodnoty spokojenosti a důležitosti EXIM TOURS

Faktor	Spokojenost	Důležitost
cena	2,25	2,05
nabídka zájezdů	2,00	2,16
doprava	2,42	2,26
chování personálu	1,95	2,26
odbornost personálu	1,95	2,30
poskytované slevy	2,16	2,00

Průměrné hodnoty spokojenosti a důležitosti Firo Tour

Faktor	Spokojenost	Důležitost
cena	2,08	1,72
nabídka zájezdů	1,76	1,68
doprava	2,24	1,72
chování personálu	1,80	1,52
odbornost personálu	1,96	1,60
poskytované slevy	2,68	1,96

Průměrné hodnoty spokojenosti a důležitosti ČEDOK

Faktor	Spokojenost	Důležitost
cena	2,36	1,73
nabídka zájezdů	1,91	1,73
doprava	1,95	1,73
chování personálu	1,73	2,18
odbornost personálu	1,86	1,95
poskytované slevy	2,36	2,09

Průměrné hodnoty spokojenosti a důležitosti Vítkovice Tours

Faktor	Spokojenost	Důležitost
cena	2,40	1,60
nabídka zájezdů	2,10	1,60
doprava	2,50	1,80
chování personálu	1,70	1,60
odbornost personálu	2,20	2,00
poskytované slevy	2,30	2,10

Příloha D

Rentabilita aktiv v roce 2007

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Sunny days	Vítkovice tours
EBIT	168 542	46 068	35 910	3 443	17 887
A	1 215 305	632 113	700 222	198 331	173 502
ROA ₂₀₀₇	0,14	0,07	0,05	0,02	0,10

Rentabilita vlastního kapitálu v roce 2007

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Sunny days	Vítkovice tours
EAT	127 473	39 344	20 205	1 294	13 921
VK	149 127	97 776	310 228	33 786	140 221
ROE ₂₀₀₇	0,85	0,40	0,07	0,04	0,10

Rentabilita tržeb v roce 2007

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Sunny days	Vítkovice tours
EAT	127 473	39 344	20 205	1 294	13 921
T	3 193 910	2 246 535	3 131 995	1 059 522	295 198
ROS ₂₀₀₇	0,04	0,02	0,01	0,00	0,05

Celková zadluženost v roce 2007

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Sunny days	Vítkovice tours	Firo Tour
cizí zdroje	1 066 176	520 667	389 808	156 263	30 363	263 815
celková aktiva	1 215 305	632 113	700 222	198 331	173 502	403 960
zadluženost ₂₀₀₇	0,88	0,82	0,56	0,79	0,18	0,65

Okamžitá likvidita v roce 2007

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Sunny days	Vítkovice tours	Firo Tour
krát. finanční majetek	961 751	11 970	133 424	132 349	81 343	7 434
krátkodobé závazky	1 063 040	356 533	374 368	156 263	29 815	255 184
okamžitá likvidita ₂₀₀₇	0,90	0,03	0,36	0,85	2,73	0,03

Příloha E

Rentabilita aktiv v roce 2008

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Vítkovice tours
EBIT	180 065	87 410	56 469	7 489
A	1 505 443	726 682	808 563	179 312
ROA₂₀₀₈	0,12	0,12	0,07	0,04

Rentabilita vlastního kapitálu v roce 2008

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Vítkovice tours
EAT	141 628	69 585	43 490	6 691
VK	290 755	179 690	373 675	155 165
ROE₂₀₀₈	0,49	0,39	0,12	0,04

Rentabilita tržeb v roce 2008

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Vítkovice tours
EAT	141 628	69 585	43 490	6 691
T	3 523 315	2 721 074	3 565 671	267 906
ROS₂₀₀₈	0,04	0,03	0,01	0,02

Okamžitá likvidita v roce 2008

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Vítkovice tours	Firo Tour
krát. finanční majetek	1 039 180	7 488	118 220	74 025	2
krátkodobé závazky	1 057 205	475 181	416 424	22 589	1
okamžitá likvidita₂₀₀₈	0,98	0,02	0,28	3,28	2,00

Celková zadluženost v roce 2008

	EXIM TOURS	Fischer	Čedok	Vítkovice tours	Firo Tour
cizí zdroje	1 095 075	533 089	432 557	22 710	1
celková aktiva	1 505 443	726 682	808 563	179 312	1 997
zadluženost₂₀₀₈	0,73	0,73	0,53	0,13	0,00050

Příloha F/I.

Cestovní kancelář EXIM TOURS

ROZVAHA

Minimální závazný výčet informací
uvedený ve Vyhlášce č. 500/2002 Sb.

v plném rozsahu
ke dni **31. 12. 2007**
(v celých tisících Kč)

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

EXIM TOURS a.s.

Účetní jednotka doručí
účetní závěrku současně
a doručením daňového přiznání
za daň z příjmu

Rok	Měsíc	IČO
2007	12	45312974

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Revoluční 1044/23

110 00 Praha 1

1 x příslušnému finančnímu úřadu

Označ.	AKTIVA	č.j.	Běžné účetní období			Minulé období
			Brutto	Korekce	Netto	Netto
a	b	c	1	2	3	4
	AKTIVA CELKEM	001	1 234 140	-18 835	1 215 305	979 408
A	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002	0	0	0	0
B.	Dlouhodobý majetek	003	56 965	-17 821	39 144	36 598
B. I	Dlouhodobý nehmotný majetek	004	1 998	-967	1 031	494
B. I. 1	Zřizovací výdaje	005	0	0	0	0
2.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006	0	0	0	0
3	Software	007	1 261	-943	318	494
4	Ocenitelná práva	008	0	0	0	0
5	Goodwill	009	0	0	0	0
6	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010	737	-24	713	0
7	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011	0	0	0	0
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehm. majetek	012	0	0	0	0
B. II	Dlouhodobý hmotný majetek	013	54 967	-16 854	38 113	36 104
B. II. 1.	Pozemky	014	3 508	0	3 508	3 508
2	Stavby	015	26 450	-5 386	21 064	21 721
3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	25 009	-11 468	13 541	10 875
4.	Pěstlivost celky trvalých porostů	017	0	0	0	0
5.	Základní stádo a tažná zvířata	018	0	0	0	0
6.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019	0	0	0	0
7	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020	0	0	0	0
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hm. majetek	021	0	0	0	0
9	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	022	0	0	0	0
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	023	0	0	0	0
B. III. 1.	Podíly v ovládaných a řízených osobách	024	0	0	0	0
2	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025	0	0	0	0
3	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	026	0	0	0	0
4	Půjčky a úvěry-ovládající a řídicí osoba, podstatný vliv	027	0	0	0	0
5	Jiný dlouhodobý finanční majetek	028	0	0	0	0
6	Pořizovaný dlouhodobý finanční majetek	029	0	0	0	0
7.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030	0	0	0	0

Zpracováno produktem FinEx



Označ.	AKTIVA	Č.ř.	Běžné účetní období			Minulé období
			Brutto	Korekce	Netto	Netto
a	b	c	1	2	3	4
C.	Oběžná aktiva	031	1 161 289	-1 014	1 160 275	941 206
C. I	Zásoby	032	44	0	44	71
C. I. 1	Material	033	0	0	0	0
2	Nedokončená výroba a polotovary	034	0	0	0	0
3	Výrobky	035	0	0	0	0
4	Zvláštní	036	0	0	0	0
5	Zboží	037	44	0	44	71
6	Poskytnuté zálohy na zásoby	038	0	0	0	0
C. II	Dlouhodobé pohledávky	039	0	0	0	0
C. II. 1	Pohledávky z obchodních vztahů	040	0	0	0	0
2	Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	041	0	0	0	0
3	Pohledávky - podstatný vliv	042	0	0	0	0
4	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	043	0	0	0	0
5	Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	0	0	0	0
6	Dohadné účty aktivní	045	0	0	0	0
7	Jiné pohledávky	046	0	0	0	0
8	Odložená daňová pohledávka	047	0	0	0	0
C. III	Krátkodobé pohledávky	048	199 494	-1 014	198 480	327 868
C. III. 1	Pohledávky z obchodních vztahů	049	33 665	-1 014	32 651	103 419
2	Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	050	0	0	0	0
3	Pohledávky - podstatný vliv	051	0	0	0	0
4	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	052	0	0	0	0
5	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053	0	0	0	0
6	Stát - daňové pohledávky	054	0	0	0	2 495
7	Krátkodobé poskytnuté zálohy	055	141 708	0	141 708	181 618
8	Dohadné účty aktivní	056	0	0	0	0
9	Jiné pohledávky	057	24 121	0	24 121	40 336
C. IV	Krátkodobý finanční majetek	058	961 751	0	961 751	613 267
C. IV. 1	Peníze	059	1 804	0	1 804	2 597
2	Účty v bankách	060	943 286	0	943 286	597 639
3	Krátkodobé cenné papíry a podíly	061	16 661	0	16 661	13 031
4	Požizovaný krátkodobý finanční majetek	062	0	0	0	0
D. I.	Časové rozlišení	063	15 886	0	15 886	1 604
D. I. 1	Náklady příštích období	064	15 886	0	15 886	1 604
2	Komplexní náklady příštích období	065	0	0	0	0
3	Příjmy příštích období	066	0	0	0	0
	Kontrolní číslo	999	4 920 674	-75 340	4 845 334	3 916 028

Zpracováno produktem FinEx

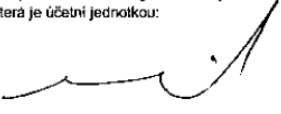


Označ.	PASIVA	Č.ř.	Stav v běžném období	Stav v minulém účetním období
a	b	c	6	7
	PASIVA CELKEM	067	1 215 305	979 408
A	Vlastní kapitál	068	149 127	226 867
A I	Základní kapitál	069	12 000	12 000
A I 1	Základní kapitál	070	12 000	12 000
2.	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly	071	0	0
3.	Změny základního kapitálu	072	0	0
A II.	Kapitálové fondy	073	0	0
A II 1	Emisní ažio	074	0	0
2.	Ostatní kapitálové fondy	075	0	0
3.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076	0	0
4.	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách	077	0	0
A III.	Rezervní fondy, nedělit. fond a ost. fondy ze zisku	078	3 620	3 620
A III 1	Zákonný rezervní fond / Nedělitelný fond	079	3 620	3 620
2.	Statutární a ostatní fondy	080	0	0
A IV	Výsledek hospodaření minulých let	081	6 034	106 349
A IV 1	Nerozdělený zisk minulých let	082	6 034	106 349
2	Neuhrazená ztráta minulých let	083	0	0
A V	Výsledek hospodaření běžného účetního období	084	127 473	104 898
B	Cizí zdroje	085	1 066 176	703 222
B I	Rezervy	086	0	0
B I 1	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	087	0	0
2.	Rezerva na důchody a podobné závazky	088	0	0
3.	Rezerva na daň z příjmů	089	0	0
4.	Ostatní rezervy	090	0	0
B II	Dlouhodobé závazky	091	3 136	2 658
B II 1	Závazky z obchodních vztahů	092	0	0
2.	Závazky - ovládající a řídicí osoba	093	0	0
3.	Závazky - podstatný vliv	094	0	0
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	095	0	0
5.	Dlouhodobé přijaté zálohy	096	0	0
6.	Vydané dluhopisy	097	0	0
7.	Dlouhodobé směnky k úhradě	098	0	0
8.	Dohadné účty pasivní	099	0	0
9.	Jiné závazky	100	0	0
10.	Odložený daňový závazek	101	3 136	2 658



Označ.	PASIVA	č.ř.	Stav v běžném období	Stav v minulém účetním období
a	b	c	6	7
B III	Krátkodobé závazky	102	1 063 040	700 564
B III 1	Závazky z obchodních vztahů	103	430 989	283 473
2	Závazky - ovládající a řídící osoba	104	0	0
3	Závazky - podstatný vliv	105	0	0
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	106	63 901	0
5	Závazky k zaměstnancům	107	3 605	3 035
6	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdrav. pojištění	108	2 158	1 734
7	Stát - daňové závazky a dotace	109	21 072	10 478
8	Krátkodobé přijaté zálohy	110	320 276	205 050
9	Vydané dluhopisy	111	0	0
10	Dohadné účty pasivní	112	221 039	196 794
11	Jiné závazky	113	0	0
B IV	Bankovní úvěry a výpomoci	114	0	0
B IV 1	Bankovní úvěry dlouhodobé	115	0	0
2	Krátkodobé bankovní úvěry	116	0	0
3	Krátkodobé finanční výpomoci	117	0	0
C I	Časové rozlišení	118	2	49 319
C I 1	Výdaje příštích období	119	0	4 023
2	Výnosy příštích období	120	2	45 296
	Kontrolní číslo	999	4 733 745	3 763 415



Okamžik sestavení: 28.3.2008	Podpis statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou: 	Osoba odpovědná za účetnictví (jméno a podpis):
		Osoba odpovědná za účetní závěrku (jméno a podpis):
Předmět podnikání: cestovní kancelář	Právní forma: a.s.	

Minimální závazný výčet informací
uvedený ve Vyhlášce č. 500/2002 Sb.

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY
v plném rozsahu
ke dni **31. 12. 2007**
(v celých tisících Kč)

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

EXIM TOURS a.s.

Rok	Měsíc	ICO
2007	12	45312974

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Revoluční 1044/23
110 00 Praha 1

Účetní jednotka doručí
účetní závěrku současně
a doručení daňového přiznání
za daň z příjmu

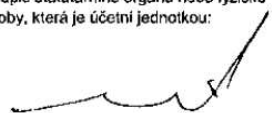
1 x příslušnému finančnímu úřadu

Označení a	TEXT b	č.ř. c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01	55	31
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	50	11
+	Obchodní marže	03	5	20
II.	Výkony	04	3 193 910	2 706 474
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	3 193 910	2 706 474
2.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06	0	0
3.	Aktivace	07	0	0
B.	Výkonová spotřeba	08	2 930 631	2 472 974
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	09	12 735	9 798
2.	Služby	10	2 917 896	2 463 176
+	Přidaná hodnota	11	263 284	233 520
C.	Osobní náklady	12	75 838	60 658
C. 1.	Mzdové náklady	13	55 330	44 297
2.	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	14	0	0
3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	19 329	15 436
4.	Sociální náklady	16	1 179	925
D.	Daně a poplatky	17	104	266
E.	Odpisy dlouhodob. nehmotného a hmotného majetku	18	3 508	2 450
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	19	1 031	311
III. 1.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20	1 031	311
2.	Tržby z prodeje materiálu	21	0	0
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	22	435	0
F. 1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	23	435	0
2.	Prodávý materiál	24	0	0
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	25	0	0
IV.	Ostatní provozní výnosy	26	11 098	8 483
H.	Ostatní provozní náklady	27	42 807	38 276
V.	Převod provozních výnosů	28	0	0
I.	Převod provozních nákladů	29	0	0
*	Provozní výsledek hospodaření	30	152 721	140 664

Zpracováno produktem FinEx



Označení a	TEXT b	č.ř. c	Skutečnost v účetním období	
			běžném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	31	31 696	24 909
J.	Prodané cenné papíry a podíly	32	30 354	25 297
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	33	0	0
VII. 1.	Výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	34	0	0
2.	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů	35	0	0
3.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	36	0	0
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	37	0	0
K.	Náklady z finančního majetku	38	0	0
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	39	15 891	16 656
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	40	32 328	16 634
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	41	0	0
X.	Výnosové úroky	42	26 269	16 517
N.	Nákladové úroky	43	0	0
XI.	Ostatní finanční výnosy	44	39 089	23 589
O.	Ostatní finanční náklady	45	34 442	41 888
XII.	Převod finančních výnosů	46	0	0
P.	Převod finančních nákladů	47	0	0
*	Finanční výsledek hospodaření	48	15 821	-2 148
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	49	41 069	33 618
Q. 1.	- splatná	50	40 592	32 940
2.	- odložená	51	477	678
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	52	127 473	104 898
XIII.	Mimořádné výnosy	53	0	0
R.	Mimořádné náklady	54	0	0
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	55	0	0
S. 1.	- splatná	56	0	0
2.	- odložená	57	0	0
*	Mimořádný výsledek hospodaření	58	0	0
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	59	0	0
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	60	127 473	104 898
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	61	168 542	138 516
	Kontrolní číslo	99	13 608 838	11 483 445

Okamžik sestavení: 28.3.2008	Podpis statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou: 	Osoba odpovědná za účetnictví (jméno a podpis): Osoba odpovědná za účetní závěrku (jméno a podpis):
Předmět podnikání: cestovní kancelář	Právní forma: a.s.	

Zpracováno produktem FinEx



ROZVAHA

v plném rozsahu
k 31. prosinci 2007
(v tisících Kč)

Obchodní firma a sídlo

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Milešovská 1136/5

130 00 Praha 3

Česká republika

Identifikační číslo:

26141647

Označ.	AKTIVA	řád.	Běžné účetní období			Min.účetní období Netto
			Brutto	Korekce	Netto	
a	b	c	1	2	3	4
	AKTIVA CELKEM (ř.02+03+31+63)	001	750 799	- 118 686	632 113	731 131
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002				
B.	Dlouhodobý majetek (ř.04+13+23)	003	481 755	- 116 145	365 610	401 580
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek (ř.05 až 12)	004	435 330	- 85 853	349 477	380 981
B.I.1.	Zřizovací výdaje	005				
2.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006				
3.	Software	007	63 543	- 40 702	22 841	33 199
4.	Ocenitelná práva	008	372 795	- 48 135	324 660	343 564
5.	Goodwill	009	- 7 300	5 475	- 1 825	- 3 285
6.	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010	6 292	- 2 491	3 801	5 059
7.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011				244
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	012				2 200
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek (ř.14 až 22)	013	41 525	- 25 392	16 133	20 599
B.II.1.	Pozemky	014				
2.	Stavby	015	7 757	- 1 017	6 740	6 405
3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	33 729	- 24 375	9 354	14 155
4.	Pěstební celky trvalých porostů	017				
5.	Základní stádo a tažná zvířata	018				
6.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019	39		39	39
7.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020				
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	021				
9.	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	022				
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek (ř.24 až 30)	023	4 900	- 4 900		
B.III.1.	Podíly v ovládaných a řízených osobách	024				
2.	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025				
3.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	026	4 900	- 4 900		
4.	Půjčky a úvěry - ovládající a řídicí osoba, podstatný vliv	027				
5.	Jiný dlouhodobý finanční majetek	028				
6.	Pořízovaný dlouhodobý finanční majetek	029				
7.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030				

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Rozvaha (nekonsolidovaná)

k 31. prosinci 2007

Označ.	AKTIVA	řad.	Běžné účetní období			Min.účetní období Netto
			Brutto	Korekce	Netto	
a	b	c	1	2	3	4
C.	Oběžná aktiva (ř.32+39+48+58)	031	179 595	- 2 541	177 054	258 261
C.I.	Zásoby (ř.33 až 38)	032	2 315	- 417	1 898	2 348
C.I.1.	Materiál	033	2 112	- 385	1 747	2 071
	2. Nedokončená výroba a polotovary	034				
	3. Výrobky	035				
	4. Zvířata	036				
	5. Zboží	037	203	- 52	151	277
	6. Poskytnuté zálohy na zásoby	038				
C.II.	Dlouhodobé pohledávky (ř.40 až 47)	039	9 063		9 063	10 489
C.II.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	040				
	2. Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	041				
	3. Pohledávky - podstatný vliv	042				
	4. Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	043				
	5. Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	8 913		8 913	
	6. Dohadné účty aktivní	045				
	7. Jiné pohledávky	046				
	8. Odložená daňová pohledávka	047	150		150	10 489
C.III.	Krátkodobé pohledávky (ř.49 až 57)	048	156 247	- 2 124	154 123	210 257
C.III.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	049	28 076	- 1 664	26 412	38 407
	2. Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	050				
	3. Pohledávky - podstatný vliv	051				
	4. Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	052				
	5. Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053				
	6. Stát - daňové pohledávky	054	7 500		7 500	3 582
	7. Krátkodobé poskytnuté zálohy	055	70 710	- 460	70 250	84 474
	8. Dohadné účty aktivní	056	39 352		39 352	1 654
	9. Jiné pohledávky	057	10 609		10 609	82 140
C.IV.	Krátkodobý finanční majetek (ř.59 až 62)	058	11 970		11 970	35 167
C.IV.1.	Peníze	059	4 775		4 775	1 746
	2. Účty v bankách	060	7 195		7 195	33 421
	3. Krátkodobé cenné papíry a podíly	061				
	4. Pořizovaný krátkodobý finanční majetek	062				
D.I.	Časové rozlišení (ř.64+65+66)	063	89 449		89 449	71 290
D.I.1.	Náklady příštích období	064	89 449		89 449	71 275
	2. Komplexní náklady příštích období	065				7
	3. Příjmy příštích období	066				8

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Rozvaha (nekonolidovaná)

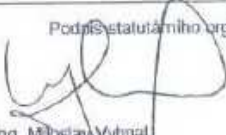

k 31. prosinci 2007

Označ.	PASIVA	řad.	Běžné období	Minulé období
a	b	c	5	6
	PASIVA CELKEM (ř.68+85+118)	067	632 113	731 131
A.	Vlastní kapitál (ř.69+73+78+81+84)	068	97 776	51 948
A.I.	Základní kapitál (ř.70+71+72)	069	521 842	521 128
A.I.1.	Základní kapitál	070	521 842	521 842
2.	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)	071		- 714
3.	Změny základního kapitálu	072		
A.II.	Kapitálové fondy (ř.74 až 77)	073	4 138	- 1 632
A.II.1.	Emisní ážio	074		
2.	Ostatní kapitálové fondy	075		
3.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076	4 138	- 1 632
4.	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách	077		
A.III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku (ř.79+80)	078	64 696	63 878
A.III.1.	Zákonný rezervní fond/Nedělitelný fond	079	64 696	63 878
2.	Statutární a ostatní fondy	080		
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let (ř.82+83)	081	- 532 244	- 547 795
A.IV.1.	Nerozdělený zisk minulých let	082		
2.	Neuhrazená ztráta minulých let	083	- 532 244	- 547 795
A.V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	084	39 344	16 369
B.	Cizí zdroje (ř.86+91+102+114)	085	520 677	669 478
B.I.	Rezervy (ř.87 až 90)	086	14 144	3 954
B.I.1.	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	087		
2.	Rezerva na důchody a podobné závazky	088		
3.	Rezerva na daň z příjmů	089		
4.	Ostatní rezervy	090	14 144	3 954
B.II.	Dlouhodobé závazky (ř.92 až 101)	091		
B.II.1.	Závazky z obchodních vztahů	092		
2.	Závazky - ovládající a řídicí osoba	093		
3.	Závazky - podstatný vliv	094		
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	095		
5.	Dlouhodobé přijaté zálohy	096		
6.	Vydané dluhopisy	097		
7.	Dlouhodobé směnky k úhradě	098		
8.	Dohadné účty pasivní	099		
9.	Jiné závazky	100		
10.	Odložený daňový závazek	101		

Cestoví kancelář FISCHER, a.s.

Rozvaha (nekonsolidovaná)
k 31. prosinci 2007

Označ.	PASIVA	řád.	Běžné období	Minulé období
a	b	c	5	6
B.III.	Krátkodobé závazky (ř.103 až 113)	102	356 533	625 524
B.III.1.	Závazky z obchodních vztahů	103	146 388	222 778
2.	Závazky - ovládající a řídicí osoba	104		
3.	Závazky - podstatný vliv	105		
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	106		
5.	Závazky k zaměstnancům	107	3 574	3 627
6.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	108	2 095	2 131
7.	Stát - daňové závazky a dotace	109	769	818
8.	Krátkodobé přijaté zálohy	110	157 475	162 907
9.	Vydané dluhopisy	111		
10.	Dohadné účty pasivní	112	38 991	26 020
11.	Jiné závazky	113	7 241	207 243
B.IV.	Bankovní úvěry a výpomoci (ř.115+116+117)	114	150 000	40 000
B.IV.1.	Bankovní úvěry dlouhodobé	115		
2.	Krátkodobé bankovní úvěry	116	150 000	40 000
3.	Krátkodobé finanční výpomoci	117		
C.I.	Časové rozlišení (ř.119+120)	118	13 660	9 705
C.I.1.	Výdaje příštích období	119	20	272
2.	Výnosy příštích období	120	13 640	9 433

Datum	Podpis statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou:	
23. května 2008	 Ing. Miloslav Vyhnaň předseda představenstva	 Ing. Pavel Rampř člen představenstva

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

druhové členění

k 31. prosinci 2007

(v tisících Kč)

Obchodní firma a sídlo

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Milešovská 1136/5

130 00 Praha 3

Česká republika

Identifikační číslo

25141647

Označ. a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účet. obd.	
			běžném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01	62	35
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	3 029	298
+	Obchodní marže (ř.01-02)	03	- 2 967	- 263
II.	Výkony (ř.05+06+07)	04	2 246 535	1 971 994
II.1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	2 246 535	1 971 994
II.2.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06		
II.3.	Aktivace	07		
B.	Výkonová spotřeba (ř.09+10)	08	2 077 078	1 848 803
B.1.	Spotřeba materiálu a energie	09	27 041	22 786
B.2.	Služby	010	2 050 037	1 826 017
+	Přidaná hodnota (ř.03+04-08)	011	166 490	122 928
C.	Osobní náklady (ř.13 až 16)	012	79 349	73 549
C.1.	Mzdové náklady	013	57 080	52 987
C.2.	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	014	1 379	888
C.3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	015	19 741	18 434
C.4.	Sociální náklady	016	1 149	1 240
D.	Daně a poplatky	017	148	270
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	018	39 238	36 278
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (ř.20+21)	019	209	369
III.1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	020	202	338
III.2	Tržby z prodeje materiálu	021	7	31
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu (ř.23+24)	022	348	469
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	023	335	467
F.2.	Prodaný materiál	024	13	2
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	025	16 019	6 383
IV.	Ostatní provozní výnosy	026	127 548	20 675
H.	Ostatní provozní náklady	027	98 672	16 747
V.	Převod provozních výnosů	028		
I.	Převod provozních nákladů	029		
*	Provozní výsledek hospodaření	030	60 473	10 276
	(ř.11-12-17-18+19-22-25+26-27+28-29)			

Cestoví kancelář FISCHER, a.s.

Výkaz zisku a ztráty - druhové členění (neconsolidovaný)
k 31. prosinci 2007

Označ. a	TEXT b	číslo řádku c	Skutečnost v účet. období	
			běžném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	031	52 136	9 800
J.	Prodané cenné papíry a podíly	032	50 834	2 800
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku (ř.34+35+36)	033		
VII.1.	Výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	034		
VII.2.	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů	035		
VII.3.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	036		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	037	362	
K.	Náklady z finančního majetku	038		
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	039		
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	040		
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	041		- 5 214
X.	Výnosové úroky	042	636	1 218
N.	Nákladové úroky	043	5 155	524
XI.	Ostatní finanční výnosy	044	24 466	18 147
O.	Ostatní finanční náklady	045	34 016	18 507
XII.	Převod finančních výnosů	046		
P.	Převod finančních nákladů	047		
*	Finanční výsledek hospodaření	048	- 12 405	12 548
	(ř.31-32+33+37-38+39-40-41+42-43+44-45+46-47)			
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost (ř.50+51)	049	8 724	6 455
Q.1.	-splatná	050		
Q.2.	-odložená	051	8 724	6 455
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	052	39 344	16 369
	(ř.30+48-49)			
XIII.	Mimořádné výnosy	053		
R.	Mimořádné náklady	054		
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti (ř.56+57)	055		
S.1.	-splatná	056		
S.2.	-odložená	057		
*	Mimořádný výsledek hospodaření (ř.53-54-55)	058		
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	059		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	060	39 344	16 369
	(ř.52+58-59)			
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	061	48 068	22 824
	(ř.30+48+53-54)			

Datum	Podpis statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou:	
23. května 2008	 Ing. Miloš Vytlačil předseda představenstva	 Ing. Pavel Rampir člen představenstva

ROZVAHA
v plném rozsahu

ke dni: 31.12.2007
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČO
2007	12	60192755

Obchodní firma nebo jiný
název účetní jednotky

ČEDOK a.s.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Praha 1, Na Příkopě 18

označ. a	AKTIVA b	řad. c	Běžné účetní období			Min.úč. obd.
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	Aktiva celkem	1	1 008 913	308 691	700 222	645 899
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	2				
B.	Dlouhodobý majetek	3	494 037	278 987	215 050	219 307
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	4	147 290	108 783	38 507	41 830
B.I.1.	Software	5	147 290	108 783	38 507	41 830
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek	6	316 813	155 270	161 543	156 965
B.II.1.	Pozemky	7	723		723	723
B.II.2.	Stavby	8	85 670	29 787	55 883	56 128
B.II.3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	9	227 333	125 483	101 850	91 379
B.II.4.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	10	3 087		3 087	3 101
B.II.5.	Nedokončený dlouh. hmotný majetek	11				5 634
B.II.6.	Poskytnuté zálohy na dlouh. hmotný majetek	12				0
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek	13	29 934	14 934	15 000	20 512
B.III.1.	Podíly v ovládaných a řízených osobách	14	15 354	10 604	4 750	8 054
B.III.2.	Podíly v účetních jednot. pod podstatným vlivem	15	10 250		10 250	10 250
B.III.3.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	16			0	0
B.III.4.	Půjčky a úvěry ovl. a řízeným osobám	17	4 330	4 330	0	2 208
B.III.5.	Jiný dlouhodobý finanční majetek	18			0	0
B.III.6.	Požizovaný dlouhodobý finanční majetek	19			0	0
B.III.7.	Poskytnuté zálohy na dlouh. finanční majetek	20			0	0

označ. a	AKTIVA b	řad. c	Běžné účetní období			Min.úč. obd.
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
C.	Oběžná aktiva	21	502 535	29 704	472 831	401 368
C.I.	Zásoby	22	5 650	0	5 650	5 614
C.I.1.	Materiál	23	5 531		5 531	5 486
C.I.2.	Nedokončená výroba a polotovary	24			0	0
C.I.3.	Zboží	25	119		119	128
C.I.4.	Poskytnuté zálohy na zásoby	26			0	0
C.II.	Dlouhodobé pohledávky	27	226	0	226	423
C.II.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	28			0	0
C.II.2.	Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	29			0	0
C.II.3.	Pohledávky za úč. jedn. pod podstatným vlivem	30			0	0
C.II.4.	Jiné pohledávky	31	226		226	423
C.III.	Krátkodobé pohledávky	32	363 235	29 704	333 531	322 829
C.III.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	33	355 787	29 704	326 083	307 986
C.III.2.	Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	34			0	0
C.III.3.	Pohledávky za úč. jedn. pod podstatným vlivem	35			0	0
C.III.4.	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	36			0	0
C.III.5.	Stát - daňové pohledávky	37	1 264		1 264	697
C.III.6.	Dohadné účty aktivní	38	3 411		3 411	4 731
C.III.7.	Jiné pohledávky	39	2 773		2 773	9 415
C.IV.	Krátkodobý finanční majetek	40	133 424	0	133 424	72 502
C.IV.1.	Peníze	41	15 182		15 182	13 398
C.IV.2.	Účty v bankách	42	118 242		118 242	59 104
C.IV.3.	Krátkodobé cenné papíry a podíly	43	0		0	0
D.I.	Časové rozlišení	44	12 341	0	12 341	25 224
D.I.1.	Náklady příštích období	45	6 235		6 235	21 673
D.I.2.	Kursově rozdílů aktivní	46				
D.I.3.	Příjmy příštích období	47	6 106		6 106	3 551
	Kontrolní číslo (ř. 1 až 47)	999	4 023 311	1 234 764	2 788 547	2 558 372

označ. a	PASIVA b	řád. c	Stav v běž. účet.období 5	Stav v min. účet. období 6
	Pasiva celkem	048	700 222	645 899
A.	Vlastní kapitál	049	310 228	302 755
A.I.	Základní kapitál	050	366 715	366 715
A.I.1.	Základní kapitál	051	366 715	366 715
A.I.2.	Vlastní akcie a vlast. obchod. podíly	052		
A.I.3.	Změny základního kapitálu	053		
A.II.	Kapitálové fondy	054	-14 811	-2 401
A.II.1.	Emisní ážio	055		
A.II.2.	Ostatní kapitálové fondy	056	2 595	2 595
A.II.3.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku	057	-17 406	-4 996
		058		
A.III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy	059	6 290	4 905
A.III.1.	Zákonný rezervní fond/Nedělitelný fond	060	5 364	4 157
A.III.2.	Statutární a ostatní fondy	061	926	748
		062		
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let	063	-68 171	-90 593
A.IV.1.	Nerozdělený zisk minulých let	064		
A.IV.2.	Neuhrazená ztráta minulých let	065	-68 171	-90 593
A.V.	Výsledek hospodaření běžného úč. období (+/-)	066	20 205	24 129
B.	Cizí zdroje	067	389 808	342 743
B.I.	Rezervy	068	0	0
B.I.1.	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	069		
B.I.2.	Rezerva na daň z příjmů	070		
B.I.3.	Ostatní rezervy	071		0
		072		
B.II.	Dlouhodobé závazky	073	15 440	14 838
B.II.1.	Závazky z obchodních vztahů	074		
B.II.2.	Závazky k ovládaným a řízeným osobám	075	0	0
B.II.3.	Dlouhodobé přijaté zálohy	076		
B.II.4.	Dlouhodobé směnky k úhradě	077		
B.II.5.	Jiné závazky	078	15 440	14 838

označ. a	PASIVA b	řád. c	Stav v běž. účet.období 5	Stav v min. účet. období 6
B.III.	Krátkodobé závazky	079	374 368	327 905
B.III.1.	Závazky z obchodních vztahů	080	304 159	292 775
B.III.2.	Závazky k ovládaným a řízeným osobám	081		
B.III.3.	Závazky k účetním jednotkám pod podst. vlivem	082		
B.III.4.	Závazky k zaměstnancům	083	9 049	7 861
B.III.5.	Závazky ze sociálního zabez. a zdrav. pojištění	084	5 804	4 910
B.III.6.	Stát - daňové závazky a dotace	085	21 765	2 084
B.III.7.	Dohadné účty pasivní	086	20 631	18 865
B.III.8.	Jiné závazky	087	12 960	1 410
B.IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	088	0	0
B.IV.1.	Bankovní úvěry dlouhodobé	089		
B.IV.2.	Bankovní úvěry krátkodobé	090		
B.IV.3.	Krátkodobé finanční výpomoci	091		
C.I.	Časové rozlišení	092	186	401
C.I.1.	Výdaje příštích období	093	186	424
C.I.2.	Výnosy příštích období	094	0	-23
	Kontrolní číslo (ř.62 až 111)	999	2 759 866	2 540 201

**VÝKAZ ZISKU A ZTRÁT
v plném rozsahu**

ke dni: **31.12.2007**
(v celých tisících Kč)

Rok	Měsíc	IČO
2007	12	60192755

Obchodní firma nebo jiný
název účetní jednotky

ČEDOK a.s.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky
a místo podnikání liší-li se od bydliště

Praha 1, Na Příkopě 18

označ. a	Text b	číslo řadku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01	384	577
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	345	522
+	Obchodní marže	03	39	55
II.	Výkony	04	3 131 995	3 015 750
II.1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	3 131 995	3 015 750
B.	Výkonová spotřeba	06	2 848 388	2 775 766
B.1.	Spotřeba materiálu a energie	07	27 635	23 701
B.2.	Služby	08	2 820 753	2 752 065
+	Přidaná hodnota	09	283 646	240 039
C.	Osobní náklady	10	172 241	165 498
C.1.	Mzdové náklady	11	125 273	120 563
C.2.	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	12	0	0
C.3.	Náklady na sociální zabezpečení	13	43 648	42 001
C.4.	Sociální náklady	14	3 320	2 934
D.	Daně a poplatky	15	3 037	2 386
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	16	47 348	39 339
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	17	439	3 488
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	18	1 191	20
G.	Změna stavu rezerv., OP v prov.obl. a komplex.n. příř. obd.	19	2 673	147
IV.	Ostatní provozní výnosy	20	32 062	26 610
H.	Ostatní provozní náklady	21	38 523	10 942
V.	Převod provozních výnosů	22		
I.	Převod provozních nákladů	23		
*	Provozní výsledek hospodaření	24	51 134	51 805


označ. a	Text b	číslo řadku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	25	17	0
J.	Prodané cenné papíry a podíly	26	6 902	0
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku	27		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	28		
K.	Náklady z finančního majetku	29		
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	30		
L.	Náklady z přecenění majetkových CP a derivátů	31		
M.	Změna stavu rezerv a OP ve finanč. Oblasti	32	-4 310	3 851
X.	Výnosové úroky	33	4 815	2 517
N.	Nákladové úroky	34		37
XI.	Ostatní finanční výnosy	35	92 734	38 685
O.	Ostatní finanční náklady	36	110 138	54 158
XII.	Převod finančních výnosů	37		
P.	Převod finančních nákladů	38		
*	Finanční výsledek hospodaření	39	-15 164	-16 844
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	40	15 705	11 506
Q.1.	splatná	41	15 103	3 567
Q.2.	odložená	42	602	7 939
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	43	20 265	23 455
XIII.	Mimořádné výnosy	44	0	832
R.	Mimořádné náklady	45	60	158
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti	46	0	0
S.1.	splatná	47		
S.2.	odložená	48		
*	Mimořádný výsledek hospodaření	49	-60	674
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	50		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	51	20 205	24 129
	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)	52	35 910	35 635
	Kontrolní číslo	53	13 068 991	12 480 257

Schváleno dne: 19.5.2008		Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky nebo podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou	
Právní forma účetní jednotky akciová společnost	Předmět podnikání cestovní kancelář		Pozn.:

Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/2002 Sb.		ROZVAHA (BILANCE) ke dni 31.12.2007 (v celých tisících Kč)			Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky SUNNY DAYS s. r. o.	
		IČ 25 14 82 31			Sídlo, bydliště nebo místo podnikání účetní jednotky Štefánikova 75/48 150 00 Praha 5	
označ	AKTIVA	řád	Běžné účetní období			Min.úč. období
a	b	c	Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM (ř. 02 + 03 + 31 + 63)	001	209 868	-11 537	198 331	141 141
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002				
B.	Dlouhodobý majetek (ř. 04 + 13 + 23)	003	14 473	-10 610	3 863	4 515
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek (ř.05 až 12)	004	6 030	-6 030		294
B. I. 1	Zřizovací výdaje	005				
2	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006				
3	Software	007	6 030	-6 030		294
4	Ocenitelná práva	008				
5	Goodwill	009				
6	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010				
7	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011				
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	012				
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek (ř.14 až 22)	013	8 443	-4 580	3 863	4 221
B. II. 1	Pozemky	014				
2	Stavby	015	3 650	-796	2 854	2 978
3	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	3 844	-2 835	1 009	1 147
4	Pěstitelské celky trvalých porostů	017				
5	Základní stádo a tažná zvířata	018				
6	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019	949	-949		96
7	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020				
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	021				
9	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	022				
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek (ř. 24 až 30)	023				
B. III. 1	Podíly v ovládaných a řízených osobách	024				
2	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025				
3	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a vklady	026				
4	Půjčky a úvěry - ovládající a řídicí osoba, podstatný vliv	027				
5	Jiný dlouhodobý finanční majetek	028				
6	Podřizovaný dlouhodobý finanční majetek	029				
7	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030				

označ a	AKTIVA b	řád c	Běžné účetní období			Min.úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
C.	Oběžná aktiva (ř. 32 + 39 + 48 + 58)	031	185 439	-927	184 512	128 325
C. I.	Zásoby (ř.33 až 38)	032				
C. I. 1	Materiál	033				
	2 Nedokončená výroba a polotovary	034				
	3 Výrobky	035				
	4 Zvířata	036				
	5 Zboží	037				
	6 Poskytnuté zálohy na zásoby	038				
C. II.	Dlouhodobé pohledávky (ř. 40 až 47)	039	1 184		1 184	1 072
C. II. 1	Pohledávky z obchodních vztahů	040				
	2 Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	041				
	3 Pohledávky - podstatný vliv	042				
	4 Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	043				
	5 Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	1 184		1 184	1 072
	6 Dohadné účty aktivní	045				
	7 Jiné pohledávky	046				
	8 Odložená daňová pohledávka	047				
C. III.	Krátkodobé pohledávky (ř. 49 až 57)	048	51 906	-927	50 979	57 777
C. III. 1	Pohledávky z obchodních vztahů	049	10 500	-927	9 573	14 494
	2 Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	050				
	3 Pohledávky - podstatný vliv	051				
	4 Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	052	54		54	
	5 Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053				
	6 Stát - daňové pohledávky	054	3 308		3 308	6 861
	7 Krátkodobé poskytnuté zálohy	055	38 044		38 044	36 361
	8 Dohadné účty aktivní	056				61
	9 Jiné pohledávky	057				
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek (ř. 59 až 62)	058	132 349		132 349	69 476
C. IV. 1	Peníze	059	393		393	330
	2 Účty v bankách	060	65 365		65 365	46 191
	3 Krátkodobé cenné papíry a podíly	061	66 591		66 591	22 955
	4 Pořizovaný krátkodobý finanční majetek	062				
D. I.	Časové rozlišení (ř. 64 až 66)	063	9 956		9 956	8 301
D. I. 1	Náklady příštích období	064	9 810		9 810	8 166
	2 Komplexní náklady příštích období	065				
	3 Příjmy příštích období	066	146		146	135

označ	PASIVA	řád	Běžné úč. období	Min.úč. období
a	b	c	5	6
	PASIVA CELKEM (ř. 68 + 85 + 118)	067	198 331	141 141
A.	Vlastní kapitál (ř. 69 + 73 + 78 + 81 + 84)	068	33 786	32 492
A. I.	Základní kapitál (ř. 70 až 72)	069	5 000	5 000
1	Základní kapitál	070	5 000	5 000
2	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)	071		
3	Změny základního kapitálu	072		
A. II.	Kapitálové fondy (ř. 74 až 77)	073		
A. II. 1	Emisní ážio	074		
2	Ostatní kapitálové fondy	075		
3	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076		
4	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách	077		
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku (ř. 79 + 80)	078	500	500
A. III. 1	Zákonný rezervní fond / Nedělitelný fond	079	500	500
3	Statutární a ostatní fondy	080		
A. IV.	Výsledek hospodářství minulých let (ř. 82 + 83)	081	26 992	26 742
A. IV. 1	Nerozdělený zisk minulých let	082	32 753	32 503
2	Neuhrazená ztráta minulých let	083	-5 761	-5 761
A. V.	Výsledek hospodářství běžného účetního období (+/-) /ř.01 - (+ 69 + 73 + 78 + 81 + 85 + 118)/	084	1 294	250
B.	Cizí zdroje (ř. 86 + 91 + 102 + 114)	085	156 263	94 042
B. I.	Rezervy (ř. 87 až 90)	086		
B. I. 1	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	087		
2	Rezerva na důchody a podobné závazky	088		
3	Rezerva na daň z příjmů	089		
4	Ostatní rezervy	090		
B. II.	Dlouhodobé závazky (ř. 92 až 101)	091		
B. II. 1	Závazky z obchodních vztahů	092		
2	Závazky - ovládající a řídicí osoba	093		
3	Závazky - podstatný vliv	094		
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	095		
5	Dlouhodobé přijaté zálohy	096		
6	Vydané dluhopisy	097		
7	Dlouhodobé směnky k úhradě	098		
8	Dohadné účty pasivní	099		
9	Jiné závazky	100		
10	Odložený daňový závazek	101		

označ a	PASIVA b	řád c	Běžné úč. období 5	Min.úč. období 6
B. III.	Krátkodobé závazky (ř. 103 až 113)	102	156 263	94 042
B. III. 1	Závazky z obchodních vztahů	103	116 508	87 514
2	Závazky - ovládalci a řídící osoba	104		
3	Závazky - podstatný vliv	105	2 231	
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	106	31 853	
5	Závazky k zaměstnancům	107	790	737
6	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	108	403	386
7	Slát - daňové závazky a dotace	109	10	23
8	Krátkodobé přijaté zálohy	110	592	446
9	Vydané dluhopisy	111		
10	Dohadné účty pasivní	112	3 876	4 936
11	Jiné závazky	113		
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci (ř. 115 až 117)	114		
B. IV. 1	Bankovní úvěry dlouhodobé	115		
2	Běžné bankovní úvěry	116		
3	Krátkodobé finanční výpomoci	117		
C. I.	Časové rozlišení (ř. 119 + 120)	118	8 282	14 607
C. I. 1	Výdaje příštích období	119	683	2 082
2	Výnosy příštích období	120	7 599	12 525
Právní forma účetní jednotky :		společnost s ručením omezeným		
Předmět podnikání nebo jiné činnosti :		cestovní kancelář		
Okamžik sestavení	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky		Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou	
26.09.08	 Chedli Ben Said		SUNNY DAYS s.r.o. cestovní kancelář Štefánikova 75/48, 150 00 Praha 5 tel.: 225 001 911 fax: 225 001 960 IČO: 25148231 DIČ: CZ25148231 Chedli Ben Said	

Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/2002
Sb.

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY ke dni **31.12.2007** (v celých tisících Kč)

IČ

25 14 82 31



Obchodní firma nebo jiný
název účetní jednotky

SUNNY DAYS s. r. o.

Sídlo, bydliště nebo místo
podnikání účetní jednotky

Štefánikova 75/48
150 00 Praha 5

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účet. obd.	
			sledovaném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01		
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02		
+	Obchodní marže (ř. 01-02)	03		
II.	Výkony (ř. 05+06+07)	04	1 059 522	1 077 953
II. 1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	1 059 522	1 077 953
2	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06		
3	Aktivace	07		
B.	Výkonová spotřeba (ř. 09+10)	08	1 038 277	1 041 289
B. 1	Spotřeba materiálu a energie	09	2 505	3 691
B. 2	Služby	10	1 035 772	1 037 598
+	Přidaná hodnota (ř. 03+04-08)	11	21 245	36 664
C.	Osobní náklady (ř. 13+14+15+16)	12	15 548	12 196
C. 1	Mzdové náklady	13	11 530	9 018
C. 2	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	14		
C. 3	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	4 018	3 143
C. 4	Sociální náklady	16		35
D.	Daně a poplatky	17	230	31
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	18	881	3 329
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 20+21)	19		350
III. 1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20		350
2	Tržby z prodeje materiálu	21		
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 23+24)	22		
F. 1	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	23		
F. 2	Prodávý materiál	24		
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	25	717	-2 304
IV.	Ostatní provozní výnosy	26	950	1 799
H.	Ostatní provozní náklady	27	6 513	22 292
V.	Převod provozních výnosů	28		
I.	Převod provozních nákladů	29		
*	Provozní výsledek hospodaření /(ř.11-12-17-18+19-22-25+26-27+(-28)-(-29))	30	-1 694	3 269

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účet. obd.	
			sledovaném 1	minulém 2
VI	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	31		
J.	Prodané cenné papíry a podíly	32		
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku (ř. 34 + 35 + 36)	33		
VII. 1	Výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	34		
VII. 2	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a vkladů	35		
VII. 3	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	36		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	37	2 242	964
K.	Náklady z finančního majetku	38		
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	39		
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	40		
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	41		
X.	Výnosové úroky	42	480	813
N.	Nákladové úroky	43		
XI.	Ostatní finanční výnosy	44	21 172	11 532
O.	Ostatní finanční náklady	45	18 757	13 904
XII.	Převod finančních výnosů	46		
P.	Převod finančních nákladů	47		
*	Finanční výsledek hospodaření [(ř.31-32+33+37-38+39-40-41+42-43+44-45-(-46))+(-47)]	48	5 137	-595
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost (ř. 50 + 51)	49	2 149	2 424
Q. 1	-splatná	50	2 149	2 424
Q. 2	-odložená	51		
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř. 30 + 48 - 49)	52	1 294	250
XIII.	Mimořádné výnosy	53		
R.	Mimořádné náklady	54		
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti (ř. 56 + 57)	55		
S. 1	-splatná	56		
S. 2	-odložená	57		
***	Mimořádný výsledek hospodaření (ř. 53 - 54 - 55)	58		
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	59		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř. 52 + 58 - 59)	60	1 294	250
****	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) (ř. 30 + 48 + 53 - 54)	61	3 443	2 674
<div> <div> Okamžik sestavení 26.09.08 </div> <div> Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky  Chedli Ben Said </div> <div> Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou SUNNY DAYS s.r.o. cestovní kancelář Štefánikova 75/48, 150 00 Praha 5 tel.: 225 001 911 fax: 225 001 960 IČO: 26148231 DIČ: CZ25148231  Chedli Ben Said </div> </div>				

Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/2002
Sb. ve znění pozdějších předpisů

ROZVAHA (BALANCE)

ke dni 31.12.2007
(v celých tisících Kč)

IČ
44 74 38 40

Odhodnoti firma nebo jiný
název účetní jednotky

VITKOVICE TOURS s.r.o.

Sídlo, bydliště nebo místo
podnikání účetní jednotky
Mírové nám. 3d-519
Ostrava-Vítkovice
703 00



označ	AKTIVA	řad	Běžné účetní období			Min. úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	
a	b	c				4
	AKTIVA CELKEM (ř. 02 + 03 + 31 + 63)	001	189 109	-15 607	173 502	147 907
A	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002		0	0	0
B	Dlouhodobý majetek (ř. 04 + 13 + 23)	003	91 475	-14 852	76 623	71 784
B I	Dlouhodobý nehmotný majetek (ř.05 až 12)	004	12 184	-7 526	4 658	4 622
B I 1	Zřizovací výdaje	005	0	0	0	0
	2 Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006	0	0	0	0
	3 Software	007	10 176	-7 110	3 066	237
	4 Ocenitelná práva	008	622	-416	206	301
	5 Goodwill	009	0	0	0	0
	6 Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010	0	0	0	0
	7 Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011	1 386	0	1 386	4 084
	8 Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	012	0	0	0	0
B II	Dlouhodobý hmotný majetek (ř.14 až 22)	013	7 931	-7 326	605	1 034
B II 1	Pozemky	014	0	0	0	0
	2 Stavby	015	51	-35	16	18
	3 Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	7 466	-7 155	311	642
	4 Pěstební práce celky trvalých porostů	017	0	0	0	0
	5 Základní stádo a tažná zvířata	018	0	0	0	0
	6 Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019	414	-136	278	374
	7 Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020	0	0	0	0
	8 Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	021	0	0	0	0
	9 Ocenovací rozdíl k nabytému majetku	022	0	0	0	0
B III	Dlouhodobý finanční majetek (ř. 24 až 30)	023	71 360	0	71 360	66 128
B III 1	Podíly v ovládaných a řízených osobách	024	71 360	0	71 360	66 128
	2 Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025	0	0	0	0
	3 Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	026	0	0	0	0
	4 Půjčky a úvěry - ovládající a řídicí osoba, podstatný vliv	027	0	0	0	0
	5 Jiný dlouhodobý finanční majetek	028	0	0	0	0
	6 Pořizovaný dlouhodobý finanční majetek	029	0	0	0	0
	7 Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030	0	0	0	0

označ	AKTIVA	řad	Běžné účetní období			Min. úč.
			Brutto	Korekce	Netto	Netto
a	b	c	1	2	3	4
C	Oběžná aktiva (ř. 32 + 39 + 48 + 58)	031	95 916	-755	95 161	74 140
C I	Zásoby (ř. 33 až 38)	032	1 652	0	1 652	2 353
C. I 1	1 Materiál	033	1 606	0	1 606	2 247
	2 Nedokončená výroba a polotovary	034	0	0	0	0
	3 Vyroby	035	0	0	0	0
	4 Zvířata	036	0	0	0	0
	5 Zboží	037	46	0	46	106
	6 Poskytnuté zálohy na zásoby	038	0	0	0	0
C. II	Dlouhodobé pohledávky (ř. 40 až 47)	039	0	0	0	0
C. II 1	1 Pohledávky z obchodních vztahů	040	0	0	0	0
	2 Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	041	0	0	0	0
	3 Pohledávky - podstatný vliv	042	0	0	0	0
	4 Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	043	0	0	0	0
	5 Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	0	0	0	0
	6 Dohadné účty aktivní	045	0	0	0	0
	7 Jiné pohledávky	046	0	0	0	0
	8 Odložená daňová pohledávka	047	0	0	0	0
C. III	Krátkodobé pohledávky (ř. 49 až 57)	048	12 921	-755	12 166	14 583
C. III 1	1 Pohledávky z obchodních vztahů	049	3 375	-755	2 620	2 215
	2 Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	050	0	0	0	0
	3 Pohledávky - podstatný vliv	051	0	0	0	0
	4 Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	052	0	0	0	0
	5 Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053	0	0	0	0
	6 Stat - daňové pohledávky	054	363	0	363	919
	7 Krátkodobé poskytnuté zálohy	055	8 969	0	8 969	11 238
	8 Dohadné účty aktivní	056	0	0	0	0
	9 Jiné pohledávky	057	214	0	214	211
C. IV	Krátkodobý finanční majetek (ř. 59 až 62)	058	81 343	0	81 343	57 204
C. IV 1	1 Peníze	059	2 143	0	2 143	1 507
	2 Účty v bankách	060	79 200	0	79 200	55 697
	3 Krátkodobý cenné papíry a podíly	061	0	0	0	0
	4 Pořizovaný krátkodobý finanční majetek	062	0	0	0	0
D. I	Časové rozlišení (ř. 64 až 66)	063	1 718	0	1 718	1 983
D. I 1	1 Náklady příštích období	064	1 691	0	1 691	1 884
	2 Komplexní náklady příštích období	065	0	0	0	0
	3 Příjmy příštích období	066	27	0	27	99

označ	PASIVA	řad	Běžné úč období	Min úč období
a	b	c	d	e
	PASIVA CELKEM (ř. 68 + 85 + 118)	067	173 502	147 907
A	Vlastní kapitál (ř. 69 + 73 + 78 + 81 + 84)	068	140 221	121 066
A I	Základní kapitál (ř. 70 až 72)	069	200	200
1	Základní kapitál	070	200	200
2	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)	071	0	0
3	Změny základního kapitálu	072	0	0
A II	Kapitálové fondy (ř. 74 až 77)	073	25 436	20 204
A II 1	Emisní ážio	074	0	0
2	Ostatní kapitálové fondy	075	0	0
3	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076	25 436	20 204
4	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách	077	0	0
A III	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku (ř. 79 + 80)	078	22	20
A III 1	Zakonný rezervní fond / Nedělitelný fond	079	20	20
2	Statutární a ostatní fondy	080	2	0
A IV	Výsledek hospodářství minulých let (ř. 82 + 83)	081	100 642	87 093
A IV 1	Nerozdělený zisk minulých let	082	100 642	87 093
2	Neuhrazená ztráta minulých let	083	0	0
A V	Výsledek hospodářství běžného účetního období (+/-)	084	13 921	13 549
	ř. 01 - (+ 69 + 73 + 78 + 81 + 85 + 118)			
B	Cizí zdroje (ř. 86 + 91 + 102 + 114)	085	30 363	25 428
B I	Rezervy (ř. 87 až 90)	086	548	0
B I 1	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	087	0	0
2	Rezerva na důchody a podobné závazky	088	0	0
3	Rezerva na daň z příjmů	089	0	0
4	Ostatní rezervy	090	548	0
B II	Dlouhodobé závazky (ř. 92 až 101)	091	0	0
B II 1	Závazky z obchodních vztahů	092	0	0
2	Závazky - ovládací a řídicí osoba	093	0	0
3	Závazky - podstatný vliv	094	0	0
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	095	0	0
5	Dlouhodobé přijaté zálohy	096	0	0
6	Vydané dluhopisy	097	0	0
7	Dlouhodobé směnky k úhradě	098	0	0
8	Dohadné účty pasivní	099	0	0
9	Jiné závazky	100	0	0
10	Odloužený daňový závazek	101	0	0

označ a	PASIVA b	řád c	Běžné úč období 5	Min. úč období 6
B III	Krátkodobé závazky (ř. 103 až 113)	102	29 815	25 428
B III. 1	Závazky z obchodních vztahů	103	7 742	9 626
2	Závazky - ovládající a řídicí osoba	104	0	0
3	Závazky - podstatný vliv	105	0	0
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	106	0	0
5	Závazky k zaměstnancům	107	979	926
6	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	108	511	459
7	Stát - daňové závazky a dotace	109	3 418	816
8	Krátkodobé přijaté zálohy	110	16 882	13 326
9	Vydané dluhopisy	111	0	0
10	Dohadné účty pasivní	112	283	275
11	Jiné závazky	113	0	0
B IV	Bankovní úvěry a výpomoci (ř. 115 až 117)	114	0	0
B IV. 1	Bankovní úvěry dlouhodobé	115	0	0
2	Krátkodobé bankovní úvěry	116	0	0
3	Krátkodobé finanční výpomoci	117	0	0
C I	Časové rozlišení (ř. 119 + 120)	118	2 918	1 413
C I. 1	Výdaje příštích období	119	1 484	57
2	Výnosy příštích období	120	1 434	1 356

Právní forma účetní jednotky :	společnost s ručením omezením
Předmět podnikání nebo jiné činnosti	činnost cestovní kanceláře

Číslo seznamu 13.06.08	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky MUDr. Petr Honek 	Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou MUDr. Petr Honek  VÍTKOVICE s.r.o. TOURS Mírové náměstí 3d/519 703 00 OSTRAVA-VÍTKOVICE
------------------------------	---	--

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář www.danovapritrzeni.cz business center cz

Zpracováno v souladu s vyhláškou č.
500/2002 Sb. ve znění pozdějších předpisů

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

ke dni 31.12.2007

(v celých tisících Kč)

Obchodní firma nebo jiný název
účetní jednotky

VITKOVICE TOURS s.r.o.

Sídlo, bydliště nebo místo podnikání
účetní jednotky

Mírové nám. 3d-519

Ostrava-Vitkovice

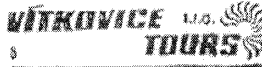


703 00

IČ
44 74 38 40

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01	550	511
A	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	500	455
+	Obchodní marže (ř. 01-02)	03	50	56
II	Výkony (ř. 05+06+07)	04	295 198	255 545
II 1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	295 198	255 545
2	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06	0	0
3	Aktivace	07	0	0
B	Výkonová spotřeba (ř. 09+10)	08	251 097	226 944
B 1	Spotřeba materiálu a energie	09	6 425	7 500
B 2	Služby	10	244 672	219 444
+	Přidaná hodnota (ř. 03+04-08)	11	44 151	28 657
C	Osobní náklady	12	24 604	20 746
C 1	Mzdové náklady	13	18 581	15 311
C 2	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	14	0	0
C 3	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	5 534	4 876
C 4	Sociální náklady	16	489	559
D	Daně a poplatky	17	98	96
E	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	18	2 092	2 674
III	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 20+21)	19	120	101
III 1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20	120	101
2	Tržby z prodeje materiálu	21	0	0
F	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 23+24)	22	0	0
F 1	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	23	0	0
F 2	Prodaný materiál	24	0	0
G	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	25	991	-99
IV	Ostatní provozní výnosy	26	836	878
H	Ostatní provozní náklady	27	1 382	1 537
V	Převod provozních výnosů	28	0	0
I	Převod provozních nákladů	29	0	0
+	Provozní výsledek hospodaření /(ř.11-12-17-18+19-22-25+26-27+(-28)-(-29)/	30	15 940	4 682

Formulář zpracovává ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovapriznani.cz, business.center.cz

Označení	TEXT	Číslo řádku	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném	minulém
a	b	c	1	2
VI	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	31	0	0
J	Prodané cenné papíry a podíly	32	0	0
VII	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku (ř. 34 + 35 + 36)	33	2 999	11 893
VII 1	Výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	34	2 999	11 893
VII 2	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů	35	0	0
VII 3	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	36	0	0
VIII	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	37	0	0
K	Náklady z finančního majetku	38	0	0
IX	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	39	0	0
L	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	40	0	0
M	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	41	0	0
X	Výnosové úroky	42	1 712	599
N	Nákladové úroky	43	0	289
XI	Ostatní finanční výnosy	44	2 140	1 155
O	Ostatní finanční náklady	45	4 904	3 556
XII	Převod finančních výnosů	46	0	0
P	Převod finančních nákladů	47	0	0
*	Finanční výsledek hospodaření /(ř. 31-32+33+37-38+39-40-41+42-43+44-45 (-46)+(-47))/	48	1 947	9 802
O	Daň z příjmů za běžnou činnost (ř. 50 + 51)	49	3 966	935
O 1	-splatná	50	3 966	935
O 2	-odložená	51	0	0
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř. 30 + 48 - 49)	52	13 921	13 549
XIII	Mimořádné výnosy	53	0	0
R	Mimořádné náklady	54	0	0
S	Daň z příjmů z mimořádné činnosti (ř. 56 + 57)	55	0	0
S 1	-splatná	56	0	0
S 2	-odložená	57	0	0
*	Mimořádný výsledek hospodaření (ř. 53 - 54 - 55)	58	0	0
T	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	59	0	0
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř. 52 + 58 - 59)	60	13 921	13 549
****	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) (ř. 30 + 48 + 53 - 54)	61	17 887	14 484

Okamžik sestavení 13.06.08	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky MUDr. Petr Honek	Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou MUDr. Petr Honek	 Mírové náměstí 3a/519 703 00 OSTRAVA-VITKOVICE
			

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovaprizeni.cz, business.center.cz

Příloha F/VI.

Cestovní kancelář Firo Tour

FIRO-tour Holding a.s., IČ 278 69 237, se sídlem : Praha 1, Olivova 4/2096, PSČ 110 00

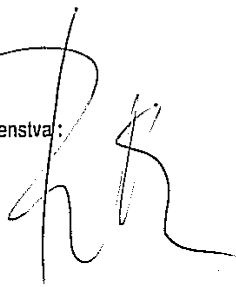
Rozvaha v plném rozsahu (v tis. Kč) ke dni 1.1.2008		Běžné účetní období		
		Brutto	Korekce	Netto
1	AKTIVA CELKEM	415 103	11 143	403 960
2	A. Pohledávky za upsaný základní kapitál	0	0	0
3	B. Dlouhodobý majetek	137 865	10 701	127 164
4	B.I. Dlouhodobý nehmotný majetek	21 651	7 169	14 482
5	B.I.1. Zřizovací výdaje	0	0	0
6	B.I.2. Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	0	0	0
7	B.I.3. Software	4 572	2 800	1 772
8	B.I.4. Ocenitelná práva	6 932	3 081	3 851
9	B.I.5. Goodwill	0	0	0
10	B.I.6. Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	10 147	1 288	8 859
11	B.I.7. Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0
12	B.I.8. Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	0	0	0
13	B.II. Dlouhodobý hmotný majetek	116 204	3 532	112 672
14	B.II.1. Pozemky	0	0	0
15	B.II.2. Stavby	3 682	211	3 471
16	B.II.3. Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	4 915	3 321	1 594
17	B.II.4. Pěstítkové celky trvalých porostů	0	0	0
18	B.II.5. Základní stádo a tažná zvířata	0	0	0
19	B.II.6. Jiný dlouhodobý hmotný majetek	0	0	0
20	B.II.7. Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	472	0	472
21	B.II.8. Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	0	0	0
22	B.II.9. Oceňovací rozdíly k nabytému majetku	107 135	0	107 135
23	B.III. Dlouhodobý finanční majetek	0	0	0
24	B.III.1. Podíly v ovládaných a řízených osobách	0	0	0
25	B.III.2. Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	0	0	0
26	B.III.3. Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	0	0	0
27	B.III.4. Půjčky a úvěry - ovládací a řídicí osoba, podstatný vliv	0	0	0
28	B.III.5. Jiný dlouhodobý finanční majetek	0	0	0
29	B.III.6. Pořizovaný dlouhodobý finanční majetek	0	0	0
30	B.III.7. Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	0	0	0
31	C. Oběžná aktiva	232 391	442	231 949
32	C.I. Zásoby	2 061	0	2 061
33	C.I.1. Materiál	1 388	0	1 388
34	C.I.2. Nedokončená výroba a polotovary	0	0	0
35	C.I.3. Výrobky	0	0	0
36	C.I.4. Zvířata	0	0	0
37	C.I.5. Zboží	673	0	673
38	C.I.6. Poskytnuté zálohy na zásoby	0	0	0
39	C.II. Dlouhodobé pohledávky	112 561	0	112 561
40	C.II.1. Pohledávky z obchodních vztahů	0	0	0
41	C.II.2. Pohledávky - ovládací a řídicí osoba	0	0	0
42	C.II.3. Pohledávky - podstatný vliv	0	0	0
43	C.II.4. Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	90 903	0	90 903
44	C.II.5. Dlouhodobé poskytnuté zálohy	0	0	0
45	C.II.6. Dohadné účty aktivní	0	0	0
46	C.II.7. Jiné pohledávky	21 658	0	21 658
47	C.II.8. Odložená daňová pohledávka	0	0	0
48	C.III. Krátkodobé pohledávky	110 335	442	109 893
49	C.III.1. Pohledávky z obchodních vztahů	17 289	0	17 289
50	C.III.2. Pohledávky - ovládací a řídicí osoba	0	0	0
51	C.III.3. Pohledávky - podstatný vliv	0	0	0
52	C.III.4. Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	0	0	0
53	C.III.5. Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	0	0	0
54	C.III.6. Stát - daňové pohledávky	0	0	0
55	C.III.7. Krátkodobé poskytnuté zálohy	84 048	442	83 606
56	C.III.8. Dohadné účty aktivní	105	0	105
57	C.III.9. Jiné pohledávky	8 893	0	8 893
58	C.IV. Krátkodobý finanční majetek	7 434	0	7 434
59	C.IV.1. Peníze	1 951	0	1 951
60	C.IV.2. Účty v bankách	5 483	0	5 483
61	C.IV.3. Krátkodobé cenné papíry a podíly	0	0	0
62	C.IV.4. Pořizovaný krátkodobý finanční majetek	0	0	0
63	D. I. Časové rozlišení	44 857	0	44 857
64	D. I.1. Náklady příštích období	44 857	0	44 857
65	D. I.2. Komplexní náklady příštích období	0	0	0
66	D. I.3. Příjmy příštích období	0	0	0


 AUDITOR: ING. PETR RYNEŠ
 OSVĚDČENÍ KAČR č. 1299

67	PASIVA CELKEM		403 960
68	A. Vlastní kapitál		136 193
69	A.I. Základní kapitál		2 000
70	A.I.1. Základní kapitál		2 000
71	A.I.2. Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly		0
72	A.I.3. Změny základního kapitálu		0
73	A.II. Kapitálové fondy		0
74	A.II.1. Emisní ážio		0
75	A.II.2. Ostatní kapitálové fondy		0
76	A.II.3. Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků		0
77	A.II.4. Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách		0
78	A.III. Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku		0
79	A.III.1. Zákonný rezervní fond/Nedělitelný fond		0
80	A.III.2. Statutární a ostatní fondy		0
81	A.IV. Výsledek hospodaření minulých let		134 193
82	A.IV.1. Nerozdělený zisk minulých let		134 193
83	A.IV.2. Neuhrazená ztráta minulých let		0
84	A.V. Výsledek hospodaření za účetní období 2007		0
85	B. Cizí zdroje		263 815
86	B.I. Rezervy		0
87	B.I.1. Rezervy podle zvláštních právních předpisů		0
88	B.I.2. Rezerva na důchody a podobné závazky		0
89	B.I.3. Rezerva na daň z příjmů		0
90	B.I.4. Ostatní rezervy		0
91	B.II. Dlouhodobé závazky		0
92	B.II.1. Závazky z obchodních vztahů		0
93	B.II.2. Závazky - ovládající a řídicí osoba		0
94	B.II.3. Závazky - podstatný vliv		0
95	B.II.4. Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení		0
96	B.II.5. Dlouhodobé přijaté zálohy		0
97	B.II.6. Vydané dluhopisy		0
98	B.II.7. Dlouhodobé směnky k úhradě		0
99	B.II.8. Dohadné účty pasivní		0
100	B.II.9. Jiné závazky		0
101	B.II.10. Odložený daňový závazek		0
102	B.III. Krátkodobé závazky		255 184
103	B.III.1. Závazky z obchodních vztahů		65 676
104	B.III.2. Závazky - ovládající a řídicí osoba		0
105	B.III.3. Závazky - podstatný vliv		0
106	B.III.4. Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení		27
107	B.III.5. Závazky k zaměstnancům		2 979
108	B.III.6. Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění		1 848
109	B.III.7. Stát - daňové závazky a dotace		2 756
110	B.III.8. Krátkodobé přijaté zálohy		174 724
111	B.III.9. Vydané dluhopisy		0
112	B.III.10. Dohadné účty pasivní		1 765
113	B.III.11. Jiné závazky		5 609
114	B.IV. Bankovní úvěry a výpomoci		8 631
115	B.IV.1. Bankovní úvěry dlouhodobé		5 890
116	B.IV.2. Krátkodobé bankovní úvěry		2 741
117	B.IV.3. Krátkodobé finanční výpomoci		0
118	C.I. Casové rozlišení		3 952
119	C.I.1. Výdaje příštích období		3 925
120	C.I.2. Výnosy příštích období		27

V Chomutově dne 24.10.2008

Bc. Roman Fisek, člen představenstva:



Firma: EXIM TOURS a.s.

Identifikační číslo: 45312974

Právní forma: akciová společnost

Předmět podnikání: cestovní kancelář

Rozvahový den: 31. prosince 2008

Datum sestavení účetní závěrky: 9. listopadu 2009

ROZVAHA

(v celých tisících Kč)

Označení a	AKTIVA b	31.12.2008			31.12.2007
		Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM	1 532 809	- 27 366	1 505 443	1 196 786
B.	Dlouhodobý majetek	53 611	- 15 480	38 131	39 144
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	1 968	- 1 222	746	1 031
B. I. 1.	Software	1 231	- 1 075	156	318
2.	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	737	- 147	590	713
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	51 643	- 14 258	37 385	38 113
B. II. 1.	Pozemky	3 508	0	3 508	3 508
2.	Stavby	28 223	- 6 078	22 145	21 064
3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	19 912	- 8 180	11 732	13 541
C.	Oběžná aktiva	1 412 238	- 11 886	1 400 352	1 141 756
C. I.	Zásoby	45	0	45	44
C. I. 1.	Zboží	45	0	45	44
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	3 145	0	3 145	12 819
C. II. 1.	Dlouhodobě poskytnuté zálohy	3 145	0	3 145	12 819
C. III.	Krátkodobé pohledávky	369 868	- 11 886	357 982	167 142
C. III. 1.	Pohledávky z obchodních vztahů	103 124	- 5 886	97 238	26 541
2.	Pohledávky za společníky a účastníky sdružení	4 050	0	4 050	0
3.	Stát - daňové pohledávky	2 898	0	2 898	2 205
4.	Krátkodobě poskytnuté zálohy	236 168	0	236 168	120 275
5.	Dohadné účty aktivní	6 311	0	6 311	0
6.	Jiné pohledávky	17 317	- 6 000	11 317	18 121
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	1 039 180	0	1 039 180	961 751
C. IV. 1.	Peníze	1 366	0	1 366	1 804
2.	Účty v bankách	118 461	0	118 461	157 286
3.	Krátkodobé cenné papíry a podíly	919 353	0	919 353	802 661
D.	Ostatní aktiva - přechodné účty aktiv	66 960	0	66 960	15 886
D. I.	Časové rozlišení	66 960	0	66 960	15 886
D. I. 1.	Náklady příštích období	66 514	0	66 514	15 886
2.	Příjmy příštích období	446	0	446	0

Označení a	PASIVA b	31.12.2008	31.12.2007
		6	7
	PASIVA CELKEM		
A.	Vlastní kapitál	1 505 443	1 196 786
A. I.	Základní kapitál	290 755	149 127
A. I. 1.	Základní kapitál	12 000	12 000
A. III.	Rezervní fondy a ostatní fondy ze zisku	12 000	12 000
A. III. 1.	Zákonný rezervní fond	3 620	3 620
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	3 620	3 620
A. IV. 1.	Nerozdělený zisk minulých let	133 507	6 034
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	133 507	6 034
B.	Cizí zdroje	141 628	127 473
B. I.	Rezervy	1 095 075	1 047 657
B. I. 1.	Ostatní rezervy	35 948	32 583
B. II.	Dlouhodobé závazky	35 948	32 583
B. II. 1.	Odložený daňový závazek	1 922	3 136
B. III.	Krátkodobé závazky	1 922	3 136
B. III. 1.	Závazky z obchodních vztahů	1 057 205	1 011 938
2.	Závazky ke společníkům a k účastníkům sdružení	554 860	430 989
3.	Závazky k zaměstnancům	3 901	63 901
4.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	5 054	3 605
5.	Stát - daňové závazky a dotace	2 082	2 158
6.	Krátkodobé přijaté zálohy	3 414	23 277
7.	Dohadné účty pasivní	352 968	320 276
8.	Jiné závazky	129 655	167 732
C.	Časové rozlišení	5 271	0
C. I.	Časové rozlišení	119 613	2
C. 1.	Výdaje příštích období	119 613	2
2.	Výnosy příštích období	92 647	0
		26 966	2

Firma: EXIM TOURS a.s.

Identifikační číslo: 45312974

Právní forma: akciová společnost

Předmět podnikání: cestovní kancelář

Rozvahový den: 31. prosince 2008

Datum sestavení účetní závěrky: 9. listopadu 2009

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

(v celých tisících Kč)

Označení a	TEXT b	Skutečnost v účetním období	
		2008 1	2007 2
I.	Tržby za prodej zboží		
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	25	55
+	Obchodní marže	24	50
II.	Výkony	1	5
II. 1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	3 523 315	3 193 910
B.	Výkonová spotřeba	3 523 315	3 193 910
B. 1.	Spotřeba materiálu a energie	3 207 985	2 930 631
2.	Služby	13 821	12 735
+	Přidaná hodnota	3 194 164	2 917 896
C.	Osobní náklady	315 331	263 284
C. 1.	Mzdové náklady	102 308	75 838
2.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	77 818	55 330
3.	Sociální náklady	23 085	19 329
D.	Daně a poplatky	1 405	1 179
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	255	104
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	4 177	3 508
III. 1.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	134	1 031
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	134	1 031
F. 1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	0	435
G.	Zvýšení (+) / snížení (-) rezerv a opravných položek v provozní oblasti	0	435
IV.	Ostatní provozní výnosy	913	0
H.	Ostatní provozní náklady	6 986	11 098
*	Provozní výsledek hospodaření	31 327	42 807
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	183 471	152 721
J.	Prodané cenné papíry a podíly	16 030	31 696
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	18 208	30 354
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	10 121	794
X.	Výnosové úroky	13 547	2 225
XI.	Ostatní finanční výnosy	41 095	26 269
O.	Ostatní finanční náklady	152 634	54 186
*	Finanční výsledek hospodaření	196 979	64 545
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost	- 8 854	15 821
Q. 1.	- splatná	38 437	41 069
2.	- odložená	39 651	40 592
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	- 1 214	477
XIII.	Mimořádné výnosy	136 180	127 473
*	Mimořádný výsledek hospodaření	5 448	0
***	Výsledek hospodaření za účetní období	5 448	0
***	Výsledek hospodaření před zdaněním	141 628	127 473
		180 065	168 542

ROZVAHA

v plném rozsahu
k 31. prosinci 2008
(v tisících Kč)

Obchodní firma a sídlo

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Milešovská 1136/5

130 00 Praha 3

Česká republika

Identifikační číslo

26141647

Označ.	AKTIVA	řád.	Běžné účetní období			Min.účetní období Netto
			Brutto	Korekce	Netto	
a	b	c	1	2	3	4
	AKTIVA CELKEM (ř.02+03+31+83)	001	875 968	- 149 286	726 682	632 113
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002				
B.	Dlouhodobý majetek (ř.04+13+23)	003	486 910	- 148 945	337 965	365 610
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek (ř.05 až 12)	004	440 253	- 114 766	325 487	349 477
B.I.1.	Zřizovací výdaje	005				
2.	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006				
3.	Software	007	68 350	- 50 541	17 809	22 841
4.	Ocenitelná práva	008	372 911	- 67 411	305 500	324 660
5.	Goodwill	009	- 7 300	6 935	- 365	- 1 825
6.	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010	6 292	- 3 749	2 543	3 801
7.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011				
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	012				
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek (ř.14 až 22)	013	41 757	- 29 279	12 478	16 133
B.II.1.	Pozemky	014				
2.	Stavby	015	7 757	- 1 400	6 357	6 740
3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	33 961	- 27 879	6 082	9 354
4.	Pěstlelské celky trvalých porostů	017				
5.	Dospělá zvířata a jejich skupiny	018				
6.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019	39		39	39
7.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020				
8.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	021				
9.	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	022				
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek (ř.24 až 30)	023	4 900	- 4 900		
B.III.1.	Podíly v ovládaných a řízených osobách	024				
2.	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025				
3.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	026	4 900	- 4 900		
4.	Půjčky a úvěry - ovládající a řídicí osoba, podstatný vliv	027				
5.	Jiný dlouhodobý finanční majetek	028				
6.	Pořízovaný dlouhodobý finanční majetek	029				
7.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030				

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Rozvaha (nekonsolidovaná)
k 31. prosinci 2008

Označ.	AKTIVA	řad.	Běžné účetní období			Min.účetní období Netto
			Brutto	Korekce	Netto	
a	b	c	1	2	3	4
C.	Oběžná aktiva (ř.32+39+48+58)	031	264 678	- 341	264 337	177 054
C.I.	Zásoby (ř.33 až 38)	032	3 229	- 115	3 114	1 898
C.I.1.	Materiál	033	2 459	- 115	2 344	1 747
	2. Nedokončená výroba a polotovary	034				
	3. Výrobky	035				
	4. Mladá a ostatní zvířata a jejich skupiny	036				
	5. Zboží	037	770		770	151
	6. Poskytnuté zálohy na zásoby	038				
C.II.	Dlouhodobé pohledávky (ř.40 až 47)	039	9 110		9 110	9 063
C.II.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	040				
	2. Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	041				
	3. Pohledávky - podstatný vliv	042				
	4. Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	043				
	5. Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	9 110		9 110	8 913
	6. Dohadné účty aktivní	045				
	7. Jiné pohledávky	046				
	8. Odložená daňová pohledávka	047				150
C.III.	Krátkodobé pohledávky (ř.49 až 57)	048	244 851	- 226	244 625	154 123
C.III.1.	Pohledávky z obchodních vztahů	049	53 676	- 226	53 450	26 412
	2. Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	050				
	3. Pohledávky - podstatný vliv	051				
	4. Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	052				
	5. Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053				
	6. Stát - daňové pohledávky	054	10 698		10 698	7 500
	7. Krátkodobé poskytnuté zálohy	055	100 403		100 403	70 250
	8. Dohadné účty aktivní	056	43 946		43 946	39 352
	9. Jiné pohledávky	057	36 128		36 128	10 608
C.IV.	Krátkodobý finanční majetek (ř.59 až 62)	058	7 488		7 488	11 970
C.IV.1.	Peníze	059	3 303		3 303	4 775
	2. Účty v bankách	060	4 185		4 185	7 195
	3. Krátkodobé cenné papíry a podíly	061				
	4. Pořízený krátkodobý finanční majetek	062				
D.I.	Časové rozlišení (ř.64+65+66)	063	124 380		124 380	89 449
D.I.1.	Náklady příštích období	064	124 380		124 380	89 449
	2. Komplexní náklady příštích období	065				
	3. Příjmy příštích období	066				

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Rozvaha (nekonsolidovaná)
k 31. prosinci 2008

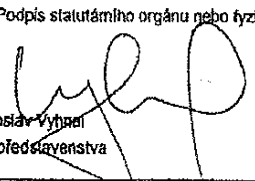
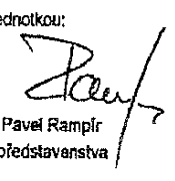
Označ.	PASIVA	řád.	Běžné období	Minulé období
a	b	c	5	6
	PASIVA CELKEM (ř.68+85+118)	067	726 682	632 113
A.	Vlastní kapitál (ř.69+73+78+81+84)	068	179 690	97 776
A.I.	Základní kapitál (ř.70+71+72)	069	521 842	521 842
A.I.1.	Základní kapitál	070	521 842	521 842
2.	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)	071		
3.	Změny základního kapitálu	072		
A.II.	Kapitálové fondy (ř.74 až 77)	073	16 467	4 138
A.II.1.	Emisní ážio	074		
2.	Ostatní kapitálové fondy	075		
3.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076	16 467	4 138
4.	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách	077		
A.III.	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku (ř.79+80)	078	66 663	64 696
A.III.1.	Zákonný rezervní fond/Nedělitelný fond	079	66 663	64 696
2.	Statutární a ostatní fondy	080		
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let (ř.82+83)	081	- 494 867	- 532 244
A.IV.1.	Nerozdělený zisk minulých let	082		
2.	Neuhrazená ztráta minulých let	083	- 494 867	- 532 244
A.V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	084	69 585	39 344
B.	Cizí zdroje (ř.86+91+102+114)	085	533 089	520 677
B.I.	Rezervy (ř.87 až 90)	086	11 203	14 144
B.I.1.	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	087		
2.	Rezerva na důchody a podobné závazky	088		
3.	Rezerva na daň z příjmů	089		
4.	Ostatní rezervy	090	11 203	14 144
B.II.	Dlouhodobé závazky (ř.92 až 101)	091	20 692	
B.II.1.	Závazky z obchodních vztahů	092		
2.	Závazky - ovládající a řídicí osoba	093		
3.	Závazky - podstatný vliv	094		
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	095		
5.	Dlouhodobé přijaté zálohy	096		
6.	Vydané dluhopisy	097		
7.	Dlouhodobé směnky k úhradě	098		
8.	Dohadné účty pasivní	099		
9.	Jiné závazky	100		
10.	Odložený daňový závazek	101	20 692	

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Rozvaha (nekonolidovaná)

k 31. prosinci 2008

Označ.	PASIVA	řad.	Běžné období	Minulé období
a	b	c	5	6
B.III.	Krátkodobé závazky (ř.103 až 113)	102	475 181	356 533
B.III.1.	Závazky z obchodních vztahů	103	244 422	146 388
2.	Závazky - ovládalci a řídící osoba	104		
3.	Závazky - podstatný vliv	105		
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	106		
5.	Závazky k zaměstnancům	107	4 560	3 574
6.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	108	1 937	2 085
7.	Stát - daňové závazky a doložce	109	1 027	769
8.	Krátkodobé přijaté zálohy	110	172 555	157 475
9.	Vydané dluhopisy	111		
10.	Dohadné účty pasivní	112	48 487	38 991
11.	Jiné závazky	113	2 193	7 241
B.IV.	Bankovní úvěry a výpomoci (ř.115+116+117)	114	26 013	150 000
B.IV.1.	Bankovní úvěry dlouhodobé	115		
2.	Krátkodobé bankovní úvěry	116	26 013	150 000
3.	Krátkodobé finanční výpomoci	117		
C.I.	Časové rozlišení (ř.119+120)	118	13 903	13 660
C.I.1.	Výdaje příštích období	119	130	20
2.	Výnosy příštích období	120	13 773	13 640

Datum	Podpis statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou:
28. dubna 2009	<div>  <p>Ing. Miloš Vytlačil předseda představenstva</p> </div> <div>  <p>Ing. Pavel Rampř člen představenstva</p> </div>

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY
drukové členění
za rok končící 31. prosincem 2008
(v tisících Kč)

Obchodní firma a sídlo

Identifikační číslo

26141647

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Milešovská 1136/5

130 00 Praha 3

Česká republika

Označ.	TEXT	číslo řádku	Skutečnost v účet. obd.	
			běžném	minulém
a	b	c	1	2
I.	Tržby za prodej zboží	01	42	62
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	64	3 029
+	Obchodní marže (I.01-02)	03	- 22	- 2 987
II.	Výkony (I.05+06+07)	04	2 721 074	2 246 535
II.1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	2 721 074	2 246 535
II.2.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06		
II.3.	Aktivace	07		
B.	Výkonová spotřeba (I.09+10)	08	2 481 920	2 077 078
B.1.	Spotřeba materiálu a energie	09	37 041	27 041
B.2.	Služby	010	2 444 879	2 050 037
+	Přidaná hodnota (I.03+04-08)	011	239 132	166 490
C.	Osobní náklady (I.13 až 16)	012	97 782	79 349
C.1.	Mzdové náklady	013	73 688	57 080
C.2.	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	014	1 140	1 379
C.3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	015	21 706	19 741
C.4.	Sociální náklady	016	1 248	1 149
D.	Daně a poplatky	017	50	148
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	018	40 019	39 238
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (I.20+21)	019	286	209
III.1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	020	286	202
III.2	Tržby z prodeje materiálu	021		7
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu (I.23+24)	022	6	348
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	023	4	335
F.2.	Prodaný materiál	024	2	13
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	025	- 9 265	16 019
IV.	Ostatní provozní výnosy	026	49 881	127 548
H.	Ostatní provozní náklady	027	17 139	98 672
V.	Převod provozních výnosů	028		
I.	Převod provozních nákladů	029		
*	Provozní výsledek hospodaření (I.11-12-17-18+19-22-25+26-27+28-29)	030	143 568	60 473

Cestovní kancelář FISCHER, a.s.

Výkaz zisku a ztráty - druhové členění (nekonsolidovaný)
za rok končící 31. prosincem 2008

Označ. a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účet. obd.	
			běžném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	031		
J.	Prodávané cenné papíry a podíly	032		52 136
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku (ř.34+35+36)	033		50 834
VII.1.	Výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	034		
VII.2.	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů	035		
VII.3.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	036		
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	037		
K.	Náklady z finančního majetku	038		362
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	039		
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	040		
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	041		
X.	Výnosové úroky	042	1 310	636
N.	Nákladové úroky	043	3 491	5 155
XI.	Ostatní finanční výnosy	044	48 689	24 466
O.	Ostatní finanční náklady	045	102 666	34 016
XII.	Převod finančních výnosů	046		
P.	Převod finančních nákladů	047		
*	Finanční výsledek hospodaření (ř.31-32+33+37-38+39-40-41+42-43+44-45+46-47)	048	- 56 158	- 12 405
Q.	Daň z příjmů za běžnou činnost (ř.50+51)	049	17 825	8 724
Q.1.	-splatná	050		
Q.2.	-odložená	051		
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř.30+48-49)	052	17 825	8 724
XIII.	Mimořádné výnosy	053	69 585	39 344
R.	Mimořádné náklady	054		
S.	Daň z příjmů z mimořádné činnosti (ř.56+57)	055		
S.1.	-splatná	056		
S.2.	-odložená	057		
*	Mimořádný výsledek hospodaření (ř.53-54-55)	058		
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	059		
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř.52+58-59)	060	69 585	39 344
****	Výsledek hospodaření před zdaněním (ř.30+48+53-54)	061	87 410	48 068

Datum 28. dubna 2009	Podpis statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou: Ing. Miloš Vojnář předseda představenstva Ing. Pavel Rampl člen představenstva
-------------------------	--

Čedok a.s. k 31. 12. 2008

Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

ROZVAHA V PLNÉM ROZSAHU		Běžné účetní období			Minulé úč.obd.2007
		Brutto	Korekce	Netto	Netto
	AKTIVA CELKEM	1 136 099	-327 536	808 563	700 222
A.	POHLEDÁVKY ZA UPSANÝ ZÁKLADNÍ KAPITÁL				
B.	DLOUHODOBÝ MAJETEK	539 010	-301 331	237 679	215 050
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	213 102	-131 666	81 436	38 507
B. I. 1	Zřizovací výdaje				
2	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje				
3	Software	158 385	-131 274	27 111	38 507
4	Ocenitelná práva	54 717	-392	54 325	
5	Goodwill				
6	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek				
7	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek				
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek				
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	299 822	-159 938	139 884	161 543
B. II. 1	Pozemky	656		656	723
2	Stavby	74 163	-27 188	46 975	55 883
3	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	221 568	-132 750	88 818	101 850
4	Pěstitelské celky trvalých porostů				
5	Dospělá zvířata a jejich skupiny				
6	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	3 011		3 011	3 087
7	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	424		424	
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek				
9	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku				
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	26 086	-9 727	16 359	15 000
B. III. 1	Podíly v ovládaných a řízených osobách	11 269	-5 160	6 109	4 750
2	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	10 250		10 250	10 250
3	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly				
4	Půjčky a úvěry - ovládající a řídicí osoba, podstatný vliv	4 567	-4 567	0	
5	Jiný dlouhodobý finanční majetek				
6	Pořizovaný dlouhodobý finanční majetek				
7	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek				

C.	OBĚŽNÁ AKTIVA	554 610	-26 205	528 405	472 831
C. I.	Zásoby	6 138	0	6 138	5 650
C. I. 1	Materiál	6 106		6 106	5 531
2	Nedokončená výroba a polotovary				
3	Výrobky				
4	Mladá a ostatní zvířata a jejich skupiny				
5	Zboží	32		32	119
6	Poskytnuté zálohy na zásoby				
C. II.	Dlouhodobé pohledávky	97 445	-10 000	87 445	226
C. II. 1	Pohledávky z obchodních vztahů	97 305	-10 000	87 305	
2	Pohledávky - ovládající a řídicí osoba				
3	Pohledávky - podstatný vliv				
4	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení				
5	Dlouhodobé poskytnuté zálohy			0	
6	Dohadné účty aktivní (nevyfakturované výnosy)				
7	Jiné pohledávky	140		140	226
8	Odložená daňová pohledávka				
C. III.	Krátkodobé pohledávky	332 807	-16 205	316 602	333 531
C. III. 1	Pohledávky z obchodních vztahů	120 256	-16 205	104 051	116 934
2	Pohledávky - ovládající a řídicí osoba				
3	Pohledávky - podstatný vliv				
4	Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení				
5	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění				
6	Stát - daňové pohledávky	310		310	1 264
7	Krátkodobé poskytnuté zálohy	193 619		193 619	209 149
8	Dohadné účty aktivní (nevyfakturované výnosy)	425		425	3 411
9	Jiné pohledávky	18 197		18 197	2 773
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	118 220	0	118 220	133 424
C. IV. 1	Peníze	7 877		7 877	15 182
2	Účty v bankách	110 343		110 343	118 242
3	Krátkodobé cenné papíry a podíly			0	
4	Pořizovaný krátkodobý finanční majetek				
D.	OSTATNÍ AKTIVA - PŘECHODNÉ ÚČTY AKTIV	42 479	0	42 479	12 341
D. I.	Časové rozlišení	42 479	0	42 479	12 341
D. I. 1	Náklady příštích období	35 146		35 146	6 235
2	Komplexní náklady příštích období				
3	Příjmy příštích období	7 333		7 333	6 106

Sestaveno dne:	Podpis statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou:	Osoba odpovědná za účetnictví (jméno a podpis):	Osoba odpovědná za účetní závěrku (jméno a podpis):
7.5.2009	Robert Brian Wilson	Ing. Petr Kudela	Ing. Pavel Smrčka

Čedok a.s. k 31. 12. 2008

Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

ROZVAHA V PLNÉM ROZSAHU		Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období 2007
	PASIVA CELKEM	808 563	700 222
A.	VLASTNÍ KAPITÁL	373 675	310 228
A. I.	Základní kapitál	298 873	366 715
A. I. 1	Základní kapitál	298 873	366 715
2	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)		
3	Změny základního kapitálu		
A. II.	Kapitálové fondy	5 561	-14 811
A. II. 1	Emisní ážio		
2	Ostatní kapitálové fondy	2 595	2 595
3	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	2 966	-17 406
4	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách		
A. III.	Rezervní fondy a ostatní fondy ze zisku	7 385	6 290
A. III. 1	Zákonný rezervní fond	6 374	5 364
2	Statutární a ostatní fondy	1 011	926
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	18 366	-68 171
IV. 1	Nerozdělený zisk minulých let	18 366	
2	Neuhrazená ztráta minulých let		-68 171
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+ / -)	43 490	20 205
B.	CIZÍ ZDROJE	432 557	389 808
B. I.	Rezervy	0	0
B. I. 1	Rezervy podle zvláštních právních předpisů		
2	Rezerva na důchody a podobné závazky		
3	Rezerva na daň z příjmů		
4	Ostatní rezervy		
B. II.	Dlouhodobé závazky	16 133	15 440
B. II. 1	Závazky z obchodních vztahů		
2	Závazky - ovládající a řídící osoba		
3	Závazky - podstatný vliv		
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení		
5	Přijaté zálohy		
6	Vydané dluhopisy		
7	Směnky k úhradě		
8	Dohadné účty pasivní (nevyfakturované dodávky)		
9	Jiné závazky		
10	Odložený daňový závazek	16 133	15 440

B. III.	Krátkodobé závazky	416 424	374 368
B. III. 1	Závazky z obchodních vztahů	113 683	17 902
2	Závazky - ovládající a řídicí osoba		
3	Závazky - podstatný vliv		
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení		
5	Závazky k zaměstnancům	8 350	9 049
6	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	4 386	5 804
7	Stát - daňové závazky a dotace	10 287	21 765
8	Přijaté zálohy	264 646	286 257
9	Vydané dluhopisy		
10	Dohadné účty pasivní (nevyfakturované dodávky)	14 774	20 631
11	Jiné závazky	298	12 960
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	0	0
B. IV. 1	Bankovní úvěry dlouhodobé		
2	Krátkodobé bankovní úvěry		
3	Krátkodobé finanční výpomoci		
C.	OSTATNÍ PASIVA - PŘECHODNÉ ÚČTY PASIV	2 331	186
C. I.	Časové rozlišení	2 331	186
C. I. 1	Výdaje příštích období	1 909	186
2	Výnosy příštích období	422	

Sestaveno dne:	Podpis statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou:	Osoba odpovědná za účetnictví (jméno a podpis):	Osoba odpovědná za účetní závěrku (jméno a podpis):
7.5.2009	Robert Brian Wilson	Ing. Petr Kudela	Ing. Pavel Smrčka

Čedok a.s. k 31. 12. 2008

Statutární formuláře českých finančních výkazů v tis. Kč

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY V PLNÉM ROZSAHU		Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období 2007
I. 1	Tržby za prodej zboží	63	384
A. 2	Náklady vynaložené na prodané zboží	47	345
+	Obchodní marže	16	39
II.	Výkony	3 565 671	3 131 995
II. 1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	3 565 671	3 131 995
2	Změna stavu zásob vlastní činnosti		
3	Aktivace		
B.	Výkonová spotřeba	3 306 187	2 848 388
B. 1	Spotřeba materiálu a energie	63 870	27 635
B. 2	Služby	3 242 317	2 820 753
+	Přidaná hodnota	259 500	283 646
C.	Osobní náklady	178 934	172 241
C. 1	Mzdové náklady	130 468	125 273
C. 2	Odměny členům orgánů společnosti a družstva		
C. 3	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	44 804	43 648
C. 4	Sociální náklady	3 662	3 320
D.	Daně a poplatky	3 422	3 037
E.	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	54 566	47 348
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu	63 625	439
III. 1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	63 625	439
2	Tržby z prodeje materiálu		
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu	9 396	1 191
F. 1	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	9 396	1 191
F. 2	Prodaný materiál		
G. 1	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	-3 499	2 673
IV. 2	Ostatní provozní výnosy	41 152	32 062
H. 1	Ostatní provozní náklady	32 076	38 523
V. 2	Převod provozních výnosů		
I. 1	Převod provozních nákladů		
*	Provozní výsledek hospodaření	89 381	51 134

Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/2002
Sb. ve znění pozdějších předpisů

ROZVAHA (BALANCE)

ke dni 31.12.2008
(v celých tisících Kč)

IČ
44 74 38 40

Obchodní firma nebo jiný
název účetní jednotky

VITKOVICE TOURS s.r.l

Sídlo, bydliště nebo místo
podnikání účetní jednotky
Mírově nám. 3d-519
Ostrava-Vítkovice
703 00

označ a	AKTIVA b	řad c	Běžné účetní období			Min.úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM (ř. 02 + 03 + 31 + 63)	001	192 728	-13 416	179 312	173 502
A	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002	0	0	0	0
B	Dlouhodobý majetek (ř. 04 + 13 + 23)	003	97 227	-13 217	84 010	76 623
B I	Dlouhodobý nehmotný majetek (ř.05 až 12)	004	10 511	-7 317	3 194	4 658
B I 1	Zřizovací výdaje	005	0	0	0	0
2	Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006	0	0	0	0
3	Software	007	9 730	-6 807	2 923	3 066
4	Oceňitelná práva	008	631	-510	121	206
5	Goodwill	009	0	0	0	0
6	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010	0	0	0	0
7	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011	150	0	150	1 386
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	012	0	0	0	0
B II	Dlouhodobý hmotný majetek (ř.14 až 22)	013	7 107	-5 900	1 207	605
B II 1	Pozemky	014	0	0	0	0
2	Stavby	015	132	-41	91	16
3	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	6 561	-5 701	860	311
4	Pěstitecké celky trvalých porostů	017	0	0	0	0
5	Základní stádo a tažná zvířata	018	0	0	0	0
6	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019	414	-158	256	278
7	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020	0	0	0	0
8	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	021	0	0	0	0
9	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	022	0	0	0	0
B III	Dlouhodobý finanční majetek (ř. 24 až 30)	023	79 609	0	79 609	71 360
B III 1	Podíly v ovládaných a řízených osobách	024	79 609	0	79 609	71 360
2	Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025	0	0	0	0
3	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	026	0	0	0	0
4	Půjčky a úvěry - ovládající a fiduci osoba, podstatný vliv	027	0	0	0	0
5	Jiný dlouhodobý finanční majetek	028	0	0	0	0
6	Požizovaný dlouhodobý finanční majetek	029	0	0	0	0
7	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030	0	0	0	0




Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovaprizeni.cz, business.center.cz

označ a	AKTIVA b	řad c	Běžné účetní období			Min.úč. období Netto 4
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	
C	Oběžná aktiva (ř. 32 + 39 + 48 + 58)	031	93 834	-199	93 635	95 161
C I	Zásoby (ř.33 až 38)	032	1 802	0	1 802	1 652
C I 1	1 Materiál	033	1 764	0	1 764	1 606
	2 Nedokončená výroba a polotovary	034	0	0	0	0
	3 Výrobky	035	0	0	0	0
	4 Zvlášta	036	0	0	0	0
	5 Zboží	037	38	0	38	46
	6 Poskytnuté zálohy na zásoby	038	0	0	0	0
C II	Dlouhodobé pohledávky (ř. 40 až 47)	039	0	0	0	0
C II 1	1 Pohledávky z obchodních vztahů	040	0	0	0	0
	2 Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	041	0	0	0	0
	3 Pohledávky - podstatný vliv	042	0	0	0	0
	4 Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	043	0	0	0	0
	5 Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	0	0	0	0
	6 Dohadné účty aktivní	045	0	0	0	0
	7 Jiné pohledávky	046	0	0	0	0
	8 Odložená daňová pohledávka	047	0	0	0	0
C III	Krátkodobé pohledávky (ř. 49 až 57)	048	18 007	-199	17 808	12 166
C III 1	1 Pohledávky z obchodních vztahů	049	2 317	-199	2 118	2 620
	2 Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	050	0	0	0	0
	3 Pohledávky - podstatný vliv	051	0	0	0	0
	4 Pohledávky za společníky, členy družstva a za účastníky sdružení	052	0	0	0	0
	5 Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053	0	0	0	0
	6 Stát - daňové pohledávky	054	2 610	0	2 610	363
	7 Krátkodobé poskytnuté zálohy	055	12 864	0	12 864	8 969
	8 Dohadné účty aktivní	056	0	0	0	0
	9 Jiné pohledávky	057	216	0	216	214
C IV	Krátkodobý finanční majetek (ř. 59 až 62)	058	74 025	0	74 025	81 343
C IV 1	1 Peníze	059	1 201	0	1 201	2 143
	2 Účty v bankách	060	72 824	0	72 824	79 200
	3 Krátkodobý cenné papíry a podíly	061	0	0	0	0
	4 Pořizovaný krátkodobý finanční majetek	062	0	0	0	0
D I	Časové rozlišení (ř. 64 až 66)	063	1 667	0	1 667	1 718
D I 1	1 Naklady příštích období	064	1 666	0	1 666	1 691
	2 Komplexní náklady příštích období	065	0	0	0	0
	3 Příjmy příštích období	066	1	0	1	27

označ.	PASIVA	řád	Běžné úč.	Min. úč.
a	b	c	období	období
			5	6
	PASIVA CELKEM (ř. 68 + 85 + 118)	067	179 312	173 502
A	Vlastní kapitál (ř. 69 + 73 + 78 + 81 + 84)	068	155 165	140 221
A I	Základní kapitál (ř. 70 až 72)	069	200	200
1	Základní kapitál	070	200	200
2	Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)	071	0	0
3	Změny základního kapitálu	072	0	0
A II	Kapitálové fondy (ř. 74 až 77)	073	33 685	25 436
A II 1	Emisní ážio	074	0	0
2	Ostatní kapitálové fondy	075	0	0
3	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076	33 685	25 436
4	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách *	077	0	0
A III	Rezervní fondy, nedělitelný fond a ostatní fondy ze zisku (ř. 79 + 80)	078	26	22
A III 1	Zákonný rezervní fond / Nedělitelný fond	079	20	20
2	Statutární a ostatní fondy	080	6	2
A IV	Výsledek hospodářství minulých let (ř. 82 + 83)	081	114 563	100 642
A IV 1	Nerozdělený zisk minulých let	082	114 563	100 642
2	Neuhrazená ztráta minulých let	083	0	0
A V	Výsledek hospodářství běžného účetního období (+/-)	084	6 691	13 921
	/ř.01 - (+ 69 + 73 + 78 + 81 + 85 + 118)/			
B	Cizí zdroje (ř. 86 + 91 + 102 + 114)	085	22 710	30 363
B I	Rezervy (ř. 87 až 90)	086	121	548
B I 1	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	087	0	0
2	Rezerva na důchody a podobné závazky	088	0	0
3	Rezerva na daň z příjmů	089	0	0
4	Ostatní rezervy	090	121	548
B II	Dlouhodobé závazky (ř. 92 až 101)	091	0	0
B II 1	Závazky z obchodních vztahů	092	0	0
2	Závazky - ovládající a řídicí osoba	093	0	0
3	Závazky - podstatný vliv	094	0	0
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	095	0	0
5	Dlouhodobé přijaté zálohy	096	0	0
6	Vydané dluhopisy	097	0	0
7	Dlouhodobé směnky k úhradě	098	0	0
8	Dohadné účty pasivní	099	0	0
9	Jiné závazky	100	0	0
10	Odloženy daňové závazek	101	0	0

označ	PASIVA	řad	Běžné úč období 5	Min. úč období 6
a	b	c		
B III	Krátkodobé závazky (ř. 103 až 113)	102	22 589	29 815
B III 1	Závazky z obchodních vztahů	103	2 633	7 742
2	Závazky - ovládající a řídicí osoba	104	0	0
3	Závazky - podstatný vliv	105	0	0
4	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	106	0	0
5	Závazky k zaměstnancům	107	922	979
6	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	108	443	511
7	Stát - daňové závazky a dotace	109	119	3 418
8	Krátkodobě přijaté zálohy	110	18 201	16 882
9	Vydané dluhopisy	111	0	0
10	Dohadné účty pasivní	112	271	283
11	Jiné závazky	113	0	0
B IV	Bankovní úvěry a výpomoci (ř. 115 až 117)	114	0	0
B IV 1	Bankovní úvěry dlouhodobé	115	0	0
2	Krátkodobé bankovní úvěry	116	0	0
3	Krátkodobé finanční výpomoci	117	0	0
C I	Časové rozlišení (ř. 119 + 120)	118	1 437	2 918
C I 1	Vydaje příštích období	119	45	1 484
2	Výnosy příštích období	120	1 392	1 434

Právní forma účetní jednotky :	společnost s ručením omezeným
Předmět podnikání nebo jiné činnosti :	činnost cestovní kanceláře

Okamžik sestavení	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky	Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou
08.04.09	MUDr. Petr Honek 	MUDr. Petr Honek  <div>  <p>Mírové náměstí 3d/519 703 00 OSTRAVA-VÍTKOVICE</p> </div>

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovaprizeni.cz, business.center.cz

Zpracováno v souladu s vyhláškou č.
500/2002 Sb. ve znění pozdějších předpisů

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

ke dni 31.12.2008

(v celých tisících Kč)

Obchodní firma nebo jiný název
účetní jednotky

VITKOVICE TOURS s.r.o.

Sídlo, bydliště nebo místo podnikání
účetní jednotky

Mírově nám. 3d-519

Ostrava-Vitkovice


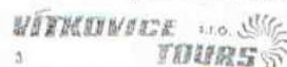
703 00

IČ
44 74 38 40

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
I	Tržby za prodej zboží	01	475	550
A	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	436	500
+	Obchodní marže (ř. 01-02)	03	39	50
II	Výkony (ř. 05+06+07)	04	267 906	295 198
II 1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	267 906	295 198
2	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06	0	0
3	Aktivace	07	0	0
B	Výkonová spotřeba (ř. 09+10)	08	234 310	251 097
B 1	Spotřeba materiálu a energie	09	7 043	6 425
B 2	Služby	10	227 267	244 672
+	Přidaná hodnota (ř. 03+04-08)	11	33 635	44 151
C	Osobní náklady	12	22 079	24 604
C 1	Mzdové náklady	13	16 103	18 581
C 2	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	14	0	0
C 3	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	5 471	5 534
C 4	Sociální náklady	16	505	489
D	Daně a poplatky	17	159	98
E	Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	18	2 181	2 092
III	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 20+21)	19	166	120
III 1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20	165	120
2	Tržby z prodeje materiálu	21	1	0
F	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 23+24)	22	0	0
F 1	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	23	0	0
F 2	Prodávý materiál	24	0	0
G	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	25	-983	991
IV	Ostatní provozní výnosy	26	655	836
H	Ostatní provozní náklady	27	2 000	1 382
V	Převod provozních výnosů	28	0	0
I	Převod provozních nákladů	29	0	0
•	Provozní výsledek hospodaření /(ř.11-12-17-18+19-22-25+26-27+(-28)-(-29))/	30	9 020	15 940

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovaprizeni.cz, business.center.cz

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
VI	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	31	0	0
J	Prodané cenné papíry a podíly	32	0	0
VII	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku (ř. 34 + 35 + 36)	33	4 096	2 999
VII 1	Výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	34	4 096	2 999
VII 2	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů	35	0	0
VII 3	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	36	0	0
VIII	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	37	0	0
K	Náklady z finančního majetku	38	0	0
IX	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	39	0	0
L	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	40	0	0
M	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	41	0	0
X	Výnosové úroky	42	2 398	1 712
N	Nákladové úroky	43	0	0
XI	Ostatní finanční výnosy	44	3 775	2 140
O	Ostatní finanční náklady	45	11 800	4 904
XII	Převod finančních výnosů	46	0	0
P	Převod finančních nákladů	47	0	0
.	Finanční výsledek hospodaření /(ř.31-32+33+37-38+39-40-41+42-43+44-45-(-46)+(-47))/	48	-1 531	1 947
Q	Daň z příjmů za běžnou činnost (ř. 50 + 51)	49	798	3 966
Q 1	-splatná	50	798	3 966
Q 2	-odložená	51	0	0
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř. 30 + 48 - 49)	52	6 691	13 921
XIII	Mimořádné výnosy	53	0	0
R	Mimořádné náklady	54	0	0
S	Daň z příjmů z mimořádné činnosti (ř. 56 + 57)	55	0	0
S 1	-splatná	56	0	0
S 2	-odložená	57	0	0
*	Mimořádný výsledek hospodaření (ř. 53 - 54 - 55)	58	0	0
T	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	59	0	0
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř. 52 + 58 - 59)	60	6 691	13 921
****	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) (ř. 30 + 48 + 53 - 54)	61	7 489	17 887

Okamžik sestavení 08.04.09	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky MUDr. Petr Honek	Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou	
		MUDr. Petr Honek	 Mírové náměstí 3d/519 702 00 GOSTOŇ NA VITKOVICI

Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovapriznani.cz, business.center.cz

Minimální závazný výčet informací

uvedený v Opakření

MF č. j. 281/97/417/2001

ROZVAHA

v plném rozsahu

ke dni 30 9 2008

(v celých tisících Kč)

Účetní jednotka dluží

účetní závěrku současně

s doručením daňového priznání

za daň z příjmů

1x příslušnému finančnímu

úřadu

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

FIRO-tour Holding a.s.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky a místo podnikání liší-li se od bydliště

Olova 4/2096

110 00 Praha 1

Označení a	AKTIVA b	číslo řádku c	Běžné účetní období			Minulé úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
	AKTIVA CELKEM (ř.02+03+31+62)=ř.66	001	1 997	0	1 997	2 000
A.	Pohledávky za upsaný základní kapitál	002	0	0	0	0
B.	Dlouhodobý majetek (ř.04+13+23)	003	0	0	0	0
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek (ř.05 až 12)	004	0	0	0	0
B. I. 1.	Zřizovací výdaje	005	0	0	0	0
	2. Nehmotné výsledky výzkumu a vývoje	006	0	0	0	0
	3. Software	007	0	0	0	0
	4. Ocenitelné práva	008	0	0	0	0
	5. Goodwill	009	0	0	0	0
	6. Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	010	0	0	0	0
	7. Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	011	0	0	0	0
	8. Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	012	0	0	0	0
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek (ř.14 až 22)	013	0	0	0	0
B. II. 1.	Pozemky	014	0	0	0	0
	2. Stavby	015	0	0	0	0
	3. Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	016	0	0	0	0
	4. Pěstičské celky trvalých porostů	017	0	0	0	0
	5. Základní stádo a tažná zvířata	018	0	0	0	0
	6. Jiný dlouhodobý hmotný majetek	019	0	0	0	0
	7. Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	020	0	0	0	0
	8. Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	021	0	0	0	0
	9. Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	022	0	0	0	0
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek (ř.24 až 30)	023	0	0	0	0
B. III. 1.	Podíly v ovládaných a řízených osobách	024	0	0	0	0
	2. Podíly v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	025	0	0	0	0
	3. Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	026	0	0	0	0
	4. Půjčky a úvěry ovl. a říz. os. a úč. jedn. pod podst. vlivem	027	0	0	0	0
	5. Jiný dlouhodobý finanční majetek	028	0	0	0	0
	6. Pořizovaný dlouhodobý finanční majetek	029	0	0	0	0
	7. Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	030	0	0	0	0

© BILANCE Praha 2002


 AUDITOR: ING. PETR RYNEŠ
 OSVĚDČENÍ KAČR č. 1299

Označení a	AKTIVA b	číslo řádku c	Běžné účetní období			Minulé úč. období
			Brutto 1	Korekce 2	Netto 3	Netto 4
C.	Oběžná aktiva (ř.32+39+47+57)	031	1 997	0	1 997	2 000
C. I.	Zásoby (ř.33 až 38)	032	0	0	0	0
C. I.	1. Materiál	033	0	0	0	0
	2. Nedokončená výroba a polotovary	034	0	0	0	0
	3. Výrobky	035	0	0	0	0
	4. Zvlášta	036	0	0	0	0
	5. Zboží	037	0	0	0	0
	6. Poskytnuté zálohy na zásoby	038	0	0	0	0
C. II.	Dlouhodobé pohledávky (ř.40 až 46)	039	0	0	0	0
C. II.	1. Pohledávky z obchodních vztahů	040	0	0	0	0
	2. Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	041	0	0	0	0
	3. Pohledávky - podstatný vliv	042	0	0	0	0
	4. Pohl. za společníky, čl. družstva a za účastníky sdružení	043	0	0	0	0
	5. Dlouhodobé poskytnuté zálohy	044	0	0	0	0
	6. Dohadné účty aktivní	045	0	0	0	0
	7. Jiné pohledávky	046	0	0	0	0
	8. Odložená daňová pohledávka	047	0	0	0	0
C. III.	Krátkodobé pohledávky (ř.48 až 56)	048	0	0	0	0
C. III.	1. Pohledávky z obchodních vztahů	049	0	0	0	0
	2. Pohledávky - ovládající a řídicí osoba	050	0	0	0	0
	3. Pohledávky - podstatný vliv	051	0	0	0	0
	4. Pohl. za společníky, čl. družstva a za účastníky sdružení	052	0	0	0	0
	5. Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	053	0	0	0	0
	6. Stát - daňové pohledávky	054	0	0	0	0
	7. Ostatní poskytnuté zálohy	055	0	0	0	0
	8. Dohadné účty aktivní	056	0		0	0
	9. Jiné pohledávky	057	0	0	0	0
C. IV.	Finanční majetek (ř.58 až 61)	058	1 997	0	1 997	2 000
C. IV.	1. Peníze	059	1 997		1 997	0
	2. Účty v bankách	060	0		0	2 000
	3. Krátkodobé cenné papíry a podíly	061	0	0	0	0
	4. Pořizovaný krátkodobý finanční majetek	062	0	0	0	0
D. I.	Časové rozlišení (ř.63 až 65)	063	0	0	0	0
D. I.	1. Náklady příštích období	064	0		0	0
	2. Komplexní náklady příštích období	065	0		0	0
	3. Příjmy příštích období	066	0		0	0

Označení	PASIVA	Číslo řádku	Stav v běžném účetním období	Stav v minulém účetním období
a	b	c	5	6
	PASIVA CELKEM (ř.67+84+117) = ř. 001	067	1 997	2 000
A.	Vlastní kapitál (ř.68+72+77+80+83)	068	1 996	2 000
A. I.	Základní kapitál (ř.69 až 71)	069	2 000	2 000
A. I.	1. Základní kapitál	070	2 000	2 000
	2. Vlastní akcie a vlastní obchodní podíly (-)	071	0	0
	3. Změny základního kapitálu	072	0	0
A. II.	Kapitálové fondy (ř.73 až 76)	073	0	0
A. II.	1. Emisní ážio	074	0	0
	2. Ostatní kapitálové fondy	075	0	0
	3. Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků	076	0	0
	4. Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách	077	0	0
A. III.	Rezerv. fondy, nedělit. f., a ost. f. ze zisku (ř.78+79)	078	0	0
A. III.	1. Zákonný rezervní fond / Nedělitelný fond	079	0	0
	2. Statutární a ostatní fondy	080	0	0
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let (ř.81+82)	081	0	0
A. IV.	1. Nerozdělený zisk minulých let	082	0	0
	2. Neuhrazená ztráta minulých let	083	0	0
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-) ř.01- (64+68+73+77+81+107) výkazu zisku a ztráty v plném rozsahu	084	-4	0
B.	Cizí zdroje (ř.85+90+101+113)	085	1	0
B. I.	Rezervy (ř.86 až 89)	086	0	0
B. I.	1. Rezervy podle zvláštních právních předpisů	087	0	0
	2. Rezervy na důchody a podobné závazky	088	0	0
	3. Rezerva na daň z příjmů	089	0	0
	4. Ostatní rezervy	090	0	0
B. II.	Dlouhodobé závazky (ř.91 až 100)	091	0	0
B. II.	1. Závazky z obchodních vztahů	092	0	0
	2. Závazky - ovládající a řídicí osoba	093	0	0
	3. Závazky - podstatný vliv	094	0	0
	4. Záv. za společníky, členy družstva a za účast. sdružení	095	0	0
	5. Dlouhodobé přijaté zálohy	096	0	0
	6. Vydané dluhopisy	097	0	0
	7. Dlouhodobé směnky k úhradě	098	0	0
	8. Dohadné účty pasivní	099	0	0
	9. Jiné závazky	100	0	0
	10. Odložený daňový závazek	101	0	0

Označení a	PASIVA b	Číslo řádku c	Stav v běžném účetním období 5	Stav v minulém účetním období 6
B. III.	Krátkodobé závazky (ř. 102 až 112)	102	1	0
B. III.	1. Závazky z obchodních vztahů	103	1	0
	2. Závazky - ovládající a řídící osoba	104	0	0
	3. Závazky - podstatný vliv	105	0	0
	4. Záv. za společníky, členy družstva a za účast. sdružení	106	0	0
	5. Závazky k zaměstnancům	107	0	0
	6. Závazky ze sociálního zabezpečení a zdrav. pojištění	108	0	0
	7. Stát - daňové závazky a dotace	109	0	0
	8. Krátkodobé přijaté zálohy	110	0	0
	9. Vydané dluhopisy	111	0	0
	10. Dohadné účty pasivní	112	0	0
	11. Jiné závazky	113	0	0
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci (ř. 114 až 116)	114	0	0
B. IV.	1. Bankovní úvěry dlouhodobé	115	0	0
	2. Krátkodobé bankovní úvěry	116	0	0
	3. Krátkodobé finanční výpomoci	117	0	0
C. I.	Časové rozlišení (ř. 118 až 119)	118	0	0
C. I.	1. Výdaje příštích období	119	0	0
	2. Výnosy příštích období	120	0	0

Sestaveno dne:

22.10.2008

Podpisový záznam statutárního orgánu účetní jednotky
nebo podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou



Zpracováno v souladu s vyhláškou č. 500/200
Sb. ve znění pozdějších předpisů

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

ke dni 30.9.2008

(v celých tisících Kč)

IČ

27 86 92 37

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

FIRO-tour Holding a.s.

Sídlo, bydliště nebo místo podnikání účetní jednotky

Olivova 4/2096

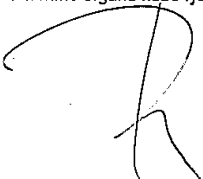
Praha 1

110 00

Označení	TEXT	Číslo řádku	Skutečnost v účetním období	
a	b	c	sledovaném 1	minulém 2
I.	Tržby za prodej zboží	01	0	0
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	02	0	0
+	Obchodní marže (ř. 01-02)	03	0	0
II.	Výkony (ř. 05+06+07)	04	0	0
II. 1	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	05	0	0
2	Změna stavu zásob vlastní činnosti	06	0	0
3	Aktivace	07	0	0
B.	Výkonová spotřeba (ř. 09+10)	08	4	0
B. 1	Spotřeba materiálu a energie	09	0	0
B. 2	Služby	10	4	0
+	Přidaná hodnota (ř. 03+04-08)	11	-4	0
C.	Osobní náklady	12	0	0
C. 1	Mzdové náklady	13	0	0
C. 2	Odměny členům orgánů společnosti a družstva	14	0	0
C. 3	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	15	0	0
C. 4	Sociální náklady	16	0	0
D.	Daně a poplatky	17	0	0
E.	Odpisy dlouhodobého, nehmotného a hmotného majetku	18	0	0
III.	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 20+21)	19	0	0
III. 1	Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	20	0	0
2	Tržby z prodeje materiálu	21	0	0
F.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku a materiálu (ř. 23+24)	22	0	0
F. 1	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	23	0	0
F. 2	Prodávý materiál	24	0	0
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek v provozní oblasti a komplexních nákladů příštích období	25	0	0
IV.	Ostatní provozní výnosy	26	0	0
H.	Ostatní provozní náklady	27	0	0
V.	Převod provozních výnosů	28	0	0
I.	Převod provozních nákladů	29	0	0
*	Provozní výsledek hospodaření (ř. 11-12-17-18+19-22-25+26-27+(-28)-(-29)/	30	-4	0

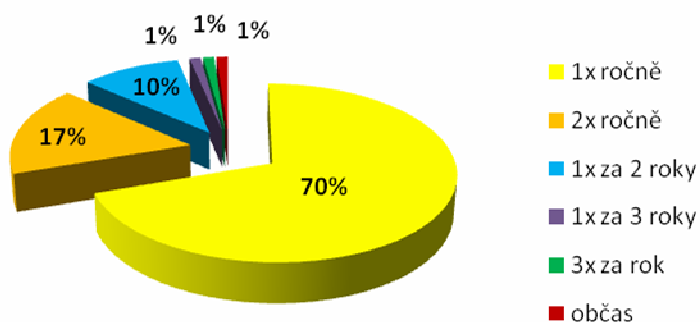
Formulář zpracovala ASPEKT HM, daňová, účetní a auditorská kancelář, www.danovaprizeni.cz, business.center.cz

Označení a	TEXT b	Číslo řádku c	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném 1	minulém 2
VI.	Tržby z prodeje cenných papírů a podílů	31	0	0
J.	Prodané cenné papíry a podíly	32	0	0
VII.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku (ř. 34 + 35 + 36)	33	0	0
VII. 1	Výnosy z podílů v ovládaných a řízených osobách a v účetních jednotkách pod podstatným vlivem	34	0	0
VII. 2	Výnosy z ostatních dlouhodobých cenných papírů a podílů	35	0	0
VII. 3	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku	36	0	0
VIII.	Výnosy z krátkodobého finančního majetku	37	0	0
K.	Náklady z finančního majetku	38	0	0
IX.	Výnosy z přecenění cenných papírů a derivátů	39	0	0
L.	Náklady z přecenění cenných papírů a derivátů	40	0	0
M.	Změna stavu rezerv a opravných položek ve finanční oblasti	41	0	0
X.	Výnosové úroky	42	0	0
N.	Nákladové úroky	43	0	0
XI.	Ostatní finanční výnosy	44	0	0
O.	Ostatní finanční náklady	45	0	0
XII.	Převod finančních výnosů	46	0	0
P.	Převod finančních nákladů	47	0	0
*	Finanční výsledek hospodaření /(ř.31-32+33+37-38+39-40-41+42-43+44-45-(-46))+(-47)/	48	0	0
Q.	Dan z příjmů za běžnou činnost (ř. 50 + 51)	49	0	0
Q. 1	- splatná	50	0	0
Q. 2	- odložená	51	0	0
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost (ř. 30 + 48 - 49)	52	-4	0
XIII.	Mimořádné výnosy	53	0	0
R.	Mimořádné náklady	54	0	0
S.	Dan z příjmů z mimořádné činnosti (ř. 56 + 57)	55	0	0
S. 1	- splatná	56	0	0
S. 2	- odložená	57	0	0
*	Mimořádný výsledek hospodaření (ř. 53 - 54 - 55)	58	0	0
T.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	59	0	0
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-) (ř. 52 + 58 - 59)	60	-4	0
****	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-) (ř. 30 + 48 + 53 - 54)	61	-4	0

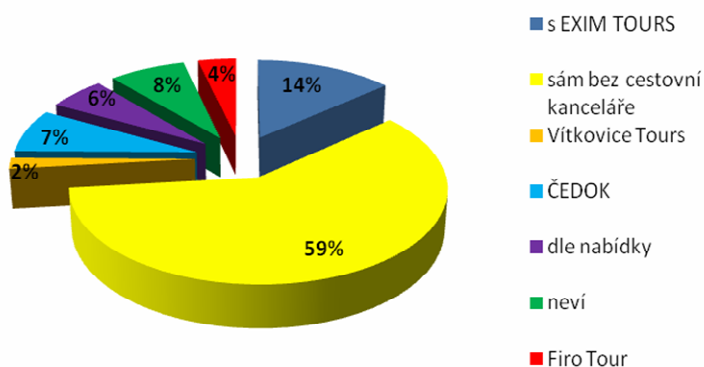
Okamžik sestavení	Podpisový záznam osoby odpovědné za sestavení účetní závěrky	Podpisový záznam statutárního orgánu nebo fyzické osoby, která je účetní jednotkou
22.10.08		

Příloha H

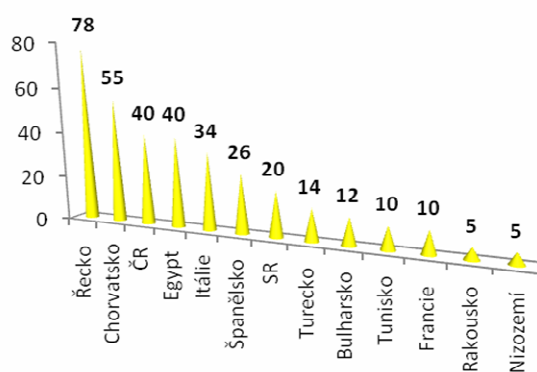
Využívání služeb cestovních kancelářů



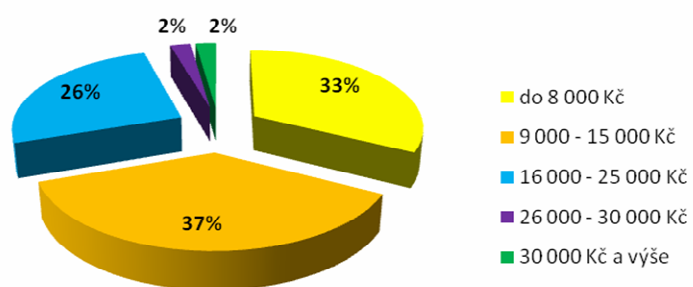
Realizace další dovolené



Oblíbenost destinací



Čistý měsíční příjem respondentů



Příloha I

Exotika Isla Margareta



Kypr



Egypt – Taba

